

Biên dịch: **TRI THỨC VIỆT**



BÍ QUYẾT KINH DOANH CỦA NGƯỜI DO THÁI






NHÀ XUẤT BẢN VĂN HÓA THÔNG TIN

BÍ QUYẾT KINH DOANH CỦA NGƯỜI DO THÁI

Mục Lục

Sa-Đéc, Nov 1, 2015

Lời Giới Thiệu

Năm 1997, George Soros đã khiến cuộc khủng hoảng tiền tệ bùng phát tại Đông Nam Á, thu vào cho mình những khoản tiền khổng lồ. George Soros trở thành Thượng đế của chính mình, nhưng lại là kẻ thù của các quốc gia Đông Nam Á. Ông là một người Mỹ gốc Do Thái.

Có thể nói, Do Thái là một trong những dân tộc thông minh nhất trên thế giới. Họ đã cống hiến cho nhân loại những bộ óc vĩ đại nhất trong các lĩnh vực từ khoa học xã hội cho đến khoa học tự nhiên như Karl Marx, Einstein... Do Thái còn là dân tộc giàu có nhất trên thế giới, trong đó các gương mặt tiêu biểu như là George Soros, Warren Buffett... Từ những người nắm giữ bánh lái con thuyền kinh tế Mỹ như Ellen, Greenspan, Morgan, Rockefeller, Michael Hammer cho đến những người hoạt động trong lĩnh vực giải trí như Reuters, Pilates, anh em nhà Warner... đều tài ba mưu lược hơn người. Chẳng lạ khi có người đã nói một cách châm biếm: "Ba thương nhân Do Thải hắt hơi trong nhà, hệ thống ngàn hàng trên toàn thế giới đều sẽ bị cảm dây chuyền; năm thương nhân Do Thái kết hợp với nhau, có thể khống chế toàn bộ

thị trường vàng bạc thế giới". Có thể thấy, thành công của người Do Thái có sức ảnh hưởng vô cùng lớn không chỉ với nền kinh tế mà với cả nền chính trị thế giới trong thời đại ngày nay.

Dân tộc Do Thái vốn có những truyền thống ưu việt như trọng chữ tín, quý trọng thời gian, có cái nhìn thoáng về tiền bạc... Bên cạnh đó, còn phải kể đến những ảnh hưởng từ lịch sử đau thương của một dân tộc thần thánh đã giúp người Do Thái biết nhiều về thị trường thế giới, cũng chính từ đó mà họ đã bắt đầu theo đuổi hoạt động đầu cơ và

cho vay. Tất cả những yếu tố trên đã giúp thương nhân Do Thái trở thành "thương nhân hàng đầu thế giới".

Nhưng điều quan trọng hơn cả là dân tộc Do Thái luôn không ngừng học tập, không ngừng sáng tạo. Dùng trí tuệ tạo nên của cải chính là đặc trưng lớn nhất của thương nhân Do Thái. Họ chính là tấm gương sáng đáng để chúng ta noi theo.

Chương I Tuân Thủ Giao Ước Lại Biết Lách Luật

Trọng chữ tín, giữ giao ước tạo nên "Thương nhân hàng đầu thế giới"

Tập quán trọng chữ tín, giữ giao ước của thương nhân Do Thái trong giao dịch quốc tế đã được mọi người biết đến. Các thương nhân trên thế giới khi làm ăn với người Do Thái đều rất có lòng tin đối với vấn đề tuân thủ giao ước của họ, vì người Do Thái luôn có một yêu cầu hết sức nghiêm khắc đối với bản thân về vấn đề này. Họ không cho phép có một tình huống không giữ đúng giao ước nào xuất hiện, dù có phải để cho những tình huống xấu khác xảy ra. Tố chất này của người Do Thái đã có ảnh hưởng rất sâu rộng đối với giới thương nhân trên toàn thế giới.

Tại thành phố Tokyo của Nhật Bản có một thương nhân tên là Den Fujita, trong cuốn sách nhan đề "Kinh nghiệm làm ăn với người Do Thái" ông đã nhiều lần nhắc nhở giới thương nhân Nhật Bản không nên thất tín hoặc hủy bỏ giao ước với người Do Thái, nếu không, sẽ vĩnh viễn mất đi cơ hội làm ăn với họ.

Một ông chủ người Do Thái đã ký kết một giao kèo với người làm thuê, quy định mỗi tuần sẽ phát lương một lần, nhưng người làm thuê sẽ không nhận tiền mặt mà được tùy ý mua các vật dụng tương đương với số tiền lương được trả tại một cửa hàng gần công ty, sau đó người chủ cửa hàng sẽ đến thanh toán sổ sách với ông chủ người Do Thái này để nhận tiền mặt.

Một tuần sau, một người làm thuê hối hả chạy đến gặp ông chủ và nói: "Chủ cửa hàng nói, không đưa tiền mặt thì không được lấy đồ. Vì vậy, tốt hơn là ông hãy trả tiền mặt cho tôi vậy nhé!".

Chẳng ngờ, người chủ cửa hàng tìm đến thanh toán sổ sách cũng nói: "Người làm công của ông đã đến lấy những vật dụng cần thiết, xin ông thanh toán cho tôi!".

Ông chủ người Do Thái nghe xong câu chuyện bối rối không hiểu, lập tức tiến hành điều tra. Nhưng hai bên đều khăng khăng rằng mình nói thật, khiến ông không thể chứng minh được ai đã gian dối trong việc này. Kết quả, ông chủ người Do Thái đành phải trả tiền cho cả người làm công và ông chủ cửa hàng bởi ông đã có lời hứa với cả hai bên.

Điều đầu tiên mà người Do Thái ý thức đến chính là nghĩa vụ tuân thủ giao ước của bản thân. Hầu hết những người Do Thái đều rất xem trọng chữ tín, tuân thủ giao ước, khi làm ăn buôn bán với nhau, thường không cần đến văn bản hợp đồng, chỉ cần một lời hứa là đã đủ sức ràng buộc, bởi họ tin rằng: "Có Chúa nghe thấy".

Việc xem trọng chữ tín, tuân thủ giao ước của người Do Thái đã mang đến cho họ một hiệu quả kinh tế tích cực.

Giới kinh doanh hiện đại hết sức xem trọng uy tín. Uy tín chính là nguồn vốn vô hình, là cơ sở tồn tại cho một công ty. Vì vậy, dùng uy tín để mời gọi hay giữ chân khách hàng là chiêu bài được rất nhiều nhà doanh nghiệp hiện nay sử dụng. Trong lĩnh vực kinh doanh, tập đoàn đầu tiên đã đưa uy tín kinh doanh lên vị trí cao nhất - "không hài lòng có thể đổi hàng", chính là Công ty bách hóa Sears Roebuck, do một thương nhân người Mỹ gốc Do Thái là Julius Rosenberg thành lập.

Quy tắc "không hài lòng có thể đổi hàng" mà công ty ông đã đưa ra vào đầu thế kỷ 20 có thể gọi là "chuyện lạ bốn phương" vào thời ấy. Quả thực, điều này đã hoàn toàn

vượt ra ngoài phạm vi nghĩa vụ có thể quy định của một hợp đồng thông thường, thậm chí đã đặt khả năng "hủy ước" của đối tác thành nghĩa vụ vô điều kiện của mình.

Lợi thế của uy tín kinh doanh cao đã giúp cho các thương nhân Do Thái phát triển sự nghiệp của mình.

Ngay từ thời xưa, các thương nhân Do Thái đã bắt đầu kinh doanh các sản phẩm xa xỉ, và đến nay, người Do Thái vẫn giữ vững vai trò của mình. Đá quý là một trong những mặt hàng xa xỉ nhất, mà trong lĩnh vực này, từ việc khai thác, giao dịch, gia công cho đến khâu bán lẻ, hầu như đều nằm trong tay người Do Thái. Trang phục phụ nữ, đặc biệt là các mặt hàng thời trang, là một mặt hàng tiêu dùng cao cấp rất dễ lỗi thời. Ở Mỹ, việc sản xuất và tiêu thụ một thời dã bị người Do Thái khống chế đến hơn 95% thị phần. Một số ngành nghề khác như túi xách, vali (lợi nhuận rất cao), cũng nằm trong tay của các thương nhân Do Thái. Công việc kinh doanh các loại sản phẩm xa xỉ đó đều có yêu cầu rất cao đối với vấn đề "chữ tín lâu dài".

Một thương nhân chuyên kinh doanh đá quý người Do Thái là Hyman Matsuba từng nói: "Muốn kinh doanh đá quý, chí ít phải xây dựng được kế hoạch trăm năm, một đời người thì không thể hoàn thành được. Hơn nữa, người kinh doanh đá quý cồn phải nhận được sự tôn trọng của mọi người. Cơ sở của việc buôn bán đá quý được quyết định bởi khả năng thu phục niềm tin của khách hàng".

Cũng chính nhờ vào truyền thống "trọng chữ tín giữ giao ước", các thương nhân Do Thái mới có thể giữ vững tay chèo, tung hoành ngang dọc trong đại dương kinh doanh, bước lên nấc thang cao nhất trong trật tự kinh tế thế giới.

Trong cách nhìn của người Do Thái, giao ước là thứ tuyệt đối không thể hủy bỏ, bởi vì giao ước bắt nguồn từ sự ước định giữa con người và thần linh. "Kinh Cựu Ước",

ngọn nguồn của tín ngưỡng Do Thái, chính là “giao ước cổ xưa” được ký kết giữa Thượng Đế và con người.

Giao ước xét về ý nghĩa hiện đại, trong hoạt động kinh doanh được gọi là “hợp đồng”. Hợp đồng là một loại văn bản được thực hiện trong quá trình giao dịch giữa đôi bên, được ký kết nhằm bảo vệ lợi ích của đôi bên, quy định trách nhiệm mà đôi bên cần phải thực hiện trong một thời hạn nhất định. Một hợp đồng hợp pháp, phải chịu sự bảo hộ của pháp luật.

Trong giới kinh doanh toàn cầu, vấn đề giữ đúng hợp đồng của các thương nhân Do Thái có thể nói là “chắc như dinh đóng cột”. Dưới ngòi bút của Shakespeare, thương nhân Shylock của thành Venice dường như đã trở thành một con quỷ bủn xỉn, tính toán chi li, xem tiền như mạng sống. Trên thực tế, có thể đó là do thái độ thành kiến hoặc lòng đố kỵ thái quá của Shakespeare đối với người Do Thái mà thôi. Hành động của Shylock là điều luôn được đề xướng trong tinh thần hợp đồng hiện đại, và cũng là một biểu hiện của truyền thống tuân thủ hợp đồng của người Do Thái. Những điều kiện mà ông ta đã đề xuất cho người đang phải đối mặt với nguy cơ phá sản Antonio là hoàn toàn đúng theo giao ước ban đầu.

Lịch sử kinh doanh của người Do Thái có thể xem là có liên quan đến việc ký kết và tuân thủ hợp đồng. Một trong những nguyên nhân tạo nên thành công của các thương nhân Do Thái là một khi họ đã ký kết vào hợp đồng thì nhất định sẽ chấp hành đến cùng. Dù có gặp phải những khó khăn và nguy cơ lớn hơn, cũng chấp nhận tự mình gánh vác lấy. Họ tin rằng, đối tác trong cuộc giao dịch cũng sẽ nghiêm chỉnh chấp hành những quy định đã được ký kết trong hợp đồng. Bởi vì, sự tồn tại của họ được bắt nguồn từ việc ký kết một giao ước giữa họ với Thiên Chúa. Nếu không tuân thủ giao ước, là đồng nghĩa với việc phá bỏ giao ước giữa người và Thiên Chúa, tất sẽ

mang đến tai họa cho nhân loại, con người sẽ phải gánh chịu sự trừng phạt của Thiên Chúa.

Chính trên nền tảng nhận thức đó, người Do Thái rất ghét những người vi phạm hợp đồng, nhất định sẽ truy cứu trách nhiệm đến cùng, yêu cầu bồi thường tổn hại một cách không khoan nhượng. Đối với những người Do Thái không tuân thủ hợp đồng, mọi người đều sẽ nguyền rủa, đoạn tuyệt quan hệ với người đó, cuối cùng sẽ trục xuất người đó ra khỏi giới thương nhân Do Thái.

Tuân thủ hợp đồng, quyết không hủy ước

Trong quan hệ làm ăn, người Do Thái rất xem trọng hợp đồng. Một nhà xuất khẩu A ký kết với một thương nhân Do Thái B một hợp đồng chuyển giao mười ngàn thùng nấm đóng lon. Trong hợp đồng quy định: "Mỗi thùng chứa 20 lon, mỗi lon nặng 100g". Nhưng đến khi xuất hàng, nhà xuất khẩu A lại xếp lên mười ngàn lon nấm có trọng lượng 150g. Trọng lượng hàng hóa tuy nhiều hơn đến 50%, nhưng thương nhân Do Thái B lại cự tuyệt không chịu ký nhận. Nhà xuất khẩu A thậm chí đã đồng ý không tính thêm tiền, nhưng thương nhân Do Thái B vẫn không đồng ý, đồng thời còn yêu cầu bồi thường. Không còn cách nào khác, nhà xuất khẩu A đành phải bồi thường cho thương nhân Do Thái B, còn phải xử lý lại số hàng theo đúng hợp đồng. Qua câu chuyện này, nhất định sẽ có nhiều người cho rằng thương nhân Do Thái B quá cố chấp, được nhận số hàng nhiều hơn gấp rưỡi mà lại không muốn. Câu chuyện này có thể các dân tộc khác khó lòng hiểu được, nhưng trong tâm thức của người Do Thái, lại có cái lý riêng của nó.

Trước tiên, người Do Thái rất xem trọng họp đồng, điều này có liên quan với niềm tin mà họ luôn luôn gìn giữ trong hàng ngàn năm qua. Kinh Cựu Ước được xem là giao ước được xác lập giữa Thiên Chúa với dân Israel: "Con người sở dĩ tồn tại, là do

đã ký kết với thần linh một giao ước tồn tại". Người Do Thái tin vào điều này, vì vậy, họ tuyệt đối không bao giờ hủy bỏ giao ước. Tất cả công việc buôn bán, đều tuyệt đối dựa vào hợp đồng. Ai không thi hành hợp đồng, sẽ bị xem là đã vi phạm ý chỉ của Thiên Chúa, không bao giờ được tha thứ, phải nghiêm khắc truy cứu trách nhiệm, đề xuất yêu cầu bồi thường một cách không vị nể.

Thứ hai, người Do Thái rất giỏi kinh doanh, hiểu rõ quy tắc kinh doanh và thông lệ quốc tế. Họ hiểu rằng, nội dung của hợp đồng là một điều kiện quan trọng và mang tính bắt buộc. Quy cách sản phẩm được quy định trong hợp đồng là 100g mỗi lon, nhưng nhà xuất khẩu A lại giao đến 150g mỗi lon. Tuy trọng lượng nhiều hơn đến 50g, nhưng bên bán giao hàng không đúng theo quy định trong hợp đồng, đồng nghĩa với việc vi phạm hợp đồng. Theo thông lệ quốc tế, thương nhân Do Thái B có quyền từ chối nhận hàng và buộc đối tác phải bồi thường.

Thứ ba, trong câu chuyện trên đây, còn có cả vấn đề hiệu quả kinh doanh. Thương nhân Do Thái khi mua bán những sản phẩm có quy cách khác nhau, là đều có mục đích kinh doanh riêng của mình, bao gồm thích ứng với thị hiếu và thói quen của người tiêu dùng, tình hình cung ứng trên thị trường, sách lược đối phó với các đối thủ cạnh tranh... Nếu như số lon nấm nặng 150g mà nhà xuất khẩu A chuyển đến lại không thích ứng với thói quen của người tiêu dùng, dù mỗi lon có tăng thêm 50g và không tăng giá, thương nhân Do Thái B cũng không tiếp nhận, vì đều này sẽ làm hỏng kế hoạch kinh doanh của ông ta, có thể dẫn đến những tổn hại cho phương hướng và mục tiêu kinh doanh, hậu quả vô cùng nghiêm trọng.

Thứ tư, việc phát sinh tình huống trên đây, còn có thể mang đến những phiền phức ngoài ý muốn cho thương nhân Do Thái B. Giả sử đất nước sở tại của thương nhân Do Thái B có chế độ quản lý xuất nhập khẩu tương đối nghiêm khắc, giấy phép nhập khẩu của ông là mỗi lon 100g, nhưng trên thực tế lại là 150g, Như thế, trọng lượng

hàng nhập vào đã vượt quá 50% trọng lượng được ghi trong giấy phép nhập khẩu, rất có thể phải đối mặt với sự chất vấn từ các cơ quan hữu quan của quốc gia đó, thậm chí bị nghi ngờ có ý tránh né thuế nhập khẩu, nhập nhiều báo ít, phải chịu truy cứu trách nhiệm và xử phạt.

Tóm lại, hợp đồng là một điều kiện vô cùng quan trọng trong mua bán. Vi phạm những quy định trên hợp đồng sẽ gây ra những hậu quả nghiêm trọng cho cả đôi bên. Thương nhân Do Thái hiểu rõ điều đó, nên luôn nhấn mạnh đến việc tuân thủ hợp đồng.

Trên thực tế, trong giới kinh doanh ngày nay, hợp đồng đã trở thành một yêu cầu phổ biến và tất yếu trong hoạt động kinh doanh của các quốc gia trên thế giới. Thông qua quá trình đàm phán trong giao dịch, sau khi đề nghị của bên này được bên kia chấp nhận, hợp đồng xem như đã được thành lập. Hợp đồng được cả đôi bên ký kết, sẽ trở thành một văn kiện mang tính pháp luật có khả năng ràng buộc đôi bên, các điều khoảng quy định có liên quan trong hợp đồng, đôi bên đều phải tuân thủ và chấp hành. Bất kỳ bên nào vi phạm những quy định trong hợp đồng, đều phải chịu trách nhiệm trước pháp luật.

Tuân thủ điều ước một dạng công chính trên hình thức

® Trí tuệ phía sau việc tuân thủ pháp luật

Các thương nhân Do Thái đã kế thừa được truyền thống của dân tộc, đó là ý thức sâu sắc về pháp luật. Họ không chỉ nghiêm chỉnh tuân thủ pháp luật, mà còn rất giỏi lách luật. Thực tiễn kinh doanh hơn hai ngàn năm đã chứng minh họ không chỉ hết sức

tuân thủ giáo điều của "dân giao ước", mà còn vận dụng trí tuệ của mình, tích lũy được những kinh nghiệm về pháp luật, thông qua giao ước, đạt được mục đích của bản thân.

® Công chính trên hình thức, không có nghĩa là công chính trong mọi sự

Dân tộc Do Thái xưa nay xem trọng giao ước, đồng thời lấy việc tuân thủ giao ước làm căn bản cho việc lập thân. Đến cả quan hệ với Thiên Chúa cũng được xem là một dạng quan hệ giao ước, chứ không như các dân tộc khác, luôn xem mối quan hệ với thần thánh là một nghĩa vụ tuyệt đối, một mối quan hệ vô điều kiện giữa người thống trị với người bị thống trị. Có điều, giao ước một khi được thành lập, những hạn định cụ thể lập tức có tính "tuyệt đối" và "vô điều kiện", không bao giờ có thể thay đổi. Rõ ràng, tính nghiêm túc này trong giao ước luôn thể hiện được sự công bằng. Trong tình huống đôi bên ký kết giao ước đều xuất phát trên nền tảng tự nguyện, đặc điểm này lại càng được thể hiện rõ hơn.

Tuy nhiên, sự công bằng này chỉ tồn tại trên hình thức, hoàn toàn không đồng nghĩa với sự công bằng trong nội dung giao ước. Trong bất kỳ giao ước nào, đôi bên tham gia lập ước cũng đều mang động cơ mưu cầu lợi ích lớn nhất cho bản thân mình, tìm đủ cách để tăng thêm những quy định có lợi cho mình. Trong trường hợp vừa nêu trên, một bên sẽ nằm ở thế yếu rõ rệt, nên không thể cự tuyệt yêu cầu do bên kia áp đặt.

Mười hai chi tộc của người Do Thái bắt nguồn từ mười hai anh em có quan hệ huyết thống với nhau. Cha của họ chính là Jacob.

Khi còn trẻ, Jacob từng qua phương Đông làm công cho người cậu của mình, sau đó kết hôn với hai người con gái vốn là hai chị em. Trải qua nhiều năm, theo lời hứa của Đấng tối cao, ông đã đưa vợ con về đất Canaan.

Trên đường đi, vào một đêm nọ, một người lạ mặt xuất hiện và đòi đấu vật với Jacob. Hai người giao đấu với nhau đến tận mờ sảng. Người lạ mặt thấy không thể thắng được Jacob, bèn đánh một cú vào đùi Jacob, khiến ông bị sải gân đùi.

Người lạ mặt nói: "Trời sáng rồi, hãy để ta đi!"

Nhưng Jacob không chịu: "Ngài không chúc phúc cho tôi, tôi sẽ không để ngài đi".

Người kia bền hỏi ông: "Ngươi tên là gì?"

Jacob bền nói tên họ của mình cho người lạ mặt biết.

Người lạ mặt nói: "Tên của ngươi sè không còn là Jacob, mà se đổi là Israel. Vì ngươi đã đấu thắng được cả thần linh".

Israel là danh xưng sau khi lập quốc của người Do Thái. Nó có ý nghĩa là "người đấu vật với thần linh".

Thiên Chúa thi đấu với con người, lại sử dụng một động tác không hợp lệ. Nhưng vì sao người Do Thái lại ghi chép tường tận câu chuyện ấy vào "Kinh Cựu Ước" - bộ sách thiêng liêng nhất của dân tộc mình? Phải chăng họ có thái độ không mấy tôn kính đối với Thiên Chúa?

Có thể là trong cách thức đấu vật của người Do Thái cổ, không có quy định "thành văn rõ ràng" về việc dùng tay đánh vào đùi của đối thủ. Trong trường hợp đó, Thiên Chúa chỉ đơn thuần là đã lách được kẽ hở của một quy định không mấy chặt chẽ. Còn chuyện con cái Thiên Chúa, tức dân Do Thái ghi chép lại câu chuyện Thiên Chúa lợi dụng khe hở, lý do xác đáng nhất có thể đưa ra là do nhu cầu thần thánh hóa hành động "luồn lách khe hở", tức khả năng hành động phi pháp trong sự hợp pháp.

Luồn lách khe hở pháp luật

Theo logic, tôn trọng pháp luật thì phải tôn trọng mọi quy định của pháp luật, từ nội dung, phương thức, cho đến trình tự và đương nhiên là cả khe hở. Một là vì bản thân khe hở pháp luật cũng chính là một bộ phận không thể chia cắt trong một điều khoản nào đó; hai là một con người cứ dùng hết tâm trí để luồn lách khe hở pháp luật, bản thân vẫn là một người tôn trọng pháp luật, hành động của anh ta vẫn là chuyện "pháp luật không thể ngăn cấm".

Có điều, theo yêu cầu pháp chế "phát luật đứng đầu, người người bình đẳng", đứng trước một khe hồ của pháp luật, cũng phải tuân thủ quan điểm người người bình đẳng. Bên cạnh đó, luồn lách khe hở luôn đòi hỏi một trí tuệ và đầu óc nhạy bén (tức phải có một hướng tư duy ngược với nhà lập pháp, hoặc nắm bắt được chìa khóa của vấn đề). Vì vậy, luồn lách khe hở pháp luật là cách nói dành cho những người thông minh, trong khi phần lớn những người còn lại chỉ có thể hành động theo kiểu bịt tai nhắm mắt trước một điều khoản pháp luật nào đó. Đối với những người Do Thái xem việc nghiên cứu pháp luật là một nghĩa vụ trong đời hoặc một nghề cha truyền con nối, bất kỳ pháp luật nào cũng có khe hở. Hom nữa, có nhiều điều khoản mà khe hở của nó cũng to không kém gi cửa chính của tòa án, chỉ cần nắm được phương pháp đúng đắn, hành động gọn gàng là có thể tự do ra vào; đặc biệt là đối với những hệ thống pháp luật được xây dựng dưới cái nhìn kỳ thị đối với người Do Thái, họ nhất định sẽ càng xem xét kỹ, tìm kiếm cho ra những khe hở của nó.

Có điều, so với hành động phá lưới leo rào của những người không chịu tuân thủ pháp luật, thói quen luồn lách khe hở pháp luật một cách êm ái nhẹ nhàng của người Do Thái vừa không khiến người khác chú ý, lại không gây cảm giác bất an, có thể giữ cho khe hở được trường tồn, giúp người sau vẫn có thể luồn lách dễ dàng.

Trong thời gian nổ ra đại chiến thế giới thứ 2, đất nước Ba Lan đã red vào tay của phát xít Đức, quốc gia nhỏ bé lân cận là Lithuania cũng lâm vào tình thế sắp bị thôn

tính. Rất nhiều người Do Thái tranh nhau rời khỏi Lithuania, quá cảnh vào Nhật Bản để đến các nước khác lánh nạn.

Một hôm, nhân viên kiểm tra điện tín của chính phủ Nhật Bản đến gặp vị đại diện của Hội đồng Do Thái là ông Sayow Anan, yêu cầu ông phiên dịch và giải thích một bức điện tín chuyển đến thủ đô Vilnius của Lithuania.

Trong bức điện có một câu như sau: shish Omiskad-shimb, talisehad.

Ông Anan lúc đó đã giải thích rằng, đây là một bức điện báo do giáo sĩ Kalisz gởi cho một người đồng sự ở

Lithuania, bàn về một số vấn đề liên quan đến nghi lễ của Do Thái giáo, ý nghĩa là: "Sáu người có thể khoác một tấm khăn để tiến hành nghỉ thức cầu nguyện".

Nhân viên kiểm tra thấy lời giải thích có lý, nên đã đồng ý phát bức điện tín ấy đi.

Kỳ thực, bản thân Anan củng không hiểu, câu nói trong bức điện tín là có ý nghĩa gi, sao tự nhiên lại nhác đến câu "sáu người có thể đội chung một chiếc khăn để tiến hành nghi thức cầu nguyện".

Sau này, ông đã được gặp giáo sĩ Kalisz và đưa ra thắc mắc của mình về vấn đề kể trên.

Giáo sĩ Kalisz nhìn ông bằng một ánh mắt buồn bã thâm trầm, tựa như đang nói: "Một người Do Thái làm sao có thể không hiểu câu cách ngôn "Talmud" nổi tiếng này cơ chứ!".

"Ông thực sự không hiểu sao? Ngụ ý của nó là sáu người có thể dùng chung một giấy chứng nhận để đi lại".

Bấy giờ, Anan mới hiểu ra vấn đề. Giáo sĩ Kalisz vừa mới rời khỏi châu Ấu chuyển đến Nhật Bản, điều mà ông quan tâm nhất trong lúc này chính là những đồng bào Do . Thái còn đang kẹt lại ở Lithuania. Ông biết, visa quả cảnh mà chính phủ Nhật cấp tại thủ đô Vilnius cửa Lithuania được tính theo đơn vị gia đình. Thế là, ông đã bí mật kiến nghị những người Do Thái ở đây, dù sáu người không có quan hệ thân thuộc với nhau, cũng hãy cứ tập hợp thành một đơn vị gia đình để cùng nhau đến xin visa quá cảnh. Bằng cách đó, sẽ có nhiều người Do Thái có được cơ hội rời khỏi đất nước Lithuania đang ngập chìm trong khói lửa chiến tranh.

Thực ra, bình tâm suy xét, người Nhật chưa từng nghiên cứu ngụ ngôn "Talmud", không biết rằng rất nhiều quy định xem ra hết sức rõ ràng chính xác khi đặt riêng rẽ với nhau, nhưng khi đặt vào trong một hoàn cảnh cụ thể, hoàn toàn có thể xuất hiện rất nhiều góc độ "không rõ ràng chính xác". Vì vậy, khi từng "gia đình sáu người" Do Thái từ Lithuania cứ lần lượt đặt chân lên các hòn đảo của nước Nhật, chính quyền *sở* tại chỉ còn biết ngạc nhiên trước sự thống nhất cao độ trong tổ chức gia đình của người Do Thái.

Gia đình tỉ phú dầu mỏ Rockefeller cũng có rất nhiều câu chuyện luồn lách khe hở pháp luật.

® Dùng sách lược "độc lập giả", giúp công ty dầu mỏ Standard thoát khỏi khởi tô

Sau khi pháp lệnh chống độc quyền được thông qua, rất nhiều công ty lớn của Mỹ đã bị giải tán. Công ty dầu mỏ Standard là một trong những công ty có mức kim ngạch lớn nhất nhì trong nước, đương nhiên rất được mọi người chú ý. Dưới áp lực của dư luận, một số nghị viên trong quốc hội cũng đã lên tiếng yêu cầu tiến hành khởi tố đối với Công ty dầu mỏ Standard. Lần này, Rockefeller cũng rơi vào tình thế vô cùng nguy khốn, tinh thần sa sút trầm trọng.

Rất may, một luật sư trẻ trong đoàn luật sư cố vấn của công ty đã nghĩ ra một ý tưởng tuyệt diệu. Ông đề nghị cho các công ty dầu mỏ Standard ở các bang tuyên bố độc lập, như công ty dầu mỏ Standard ở New York, ở New Jersey, ở California, ở Indiana... mỗi công ty đều có một ông chủ giả danh, nhưng trên thực tế mọi công việc vẫn do Rockefeller quản lý.

Để thực hiện kế hoạch này, vị luật sư đó đã làm việc liên tục trong suốt một tuần, giúp các công ty con thiết lập sổ sách, cung cấp cho Tham nghị viện để kiểm tra. Cuối cùng, Tham nghị viện đã tỏ ý hài lòng, không tiếp tục nhắc tới việc khởi tố công ty dầu mỏ Standard của Rockefeller nữa.

Cách thức "tuân thủ pháp luật" của người Do Thái quả là hết sức tuyệt diệu. Vì vậy, trong số các luật sư đang hành nghề hiện nay, người Do Thái đứng ở vị trí hàng đầu. Lấy nước Mỹ làm ví dụ, hơn 30% luật sư đang hoạt động ở Mỹ là người gốc Do Thái. Có thể thấy, chính trí tuệ của một dân tộc biết vận dụng pháp luật, khéo "tuân thủ pháp luật" đã tạo nên thành công cho dân tộc Do Thái.

Lợi dụng pháp luật, tư duy ngược chiều

"Biết dùng pháp luật, khéo giữ pháp luật" là sở trường của người Do Thái, trong đó bí quyết "dùng ngược" pháp luật là ảo diệu nhất. Dưới tiền đề là không thay đổi hình thức pháp luật, mà vận dụng pháp luật, biến nó thành một công cụ hay một lá chắn cho mình sử dụng, điều này rất đáng cho mỗi người chúng ta học hỏi.

Có một câu chuyện cười ẩn chứa lối tư duy "lợi dụng pháp luật" như sau:

Một người Do Thái bước vào một ngân hàng lớn ở thành phố New York.

“Thưa ông, oản hỏi ông cần gi ạ?”, giám đốc bộ phận cho vay vừa hỏi, vừa đưa mắt quan sát người khách hàng mới đến: bộ áo vét sang trọng, giầy da cao cấp, đồng hồ đeo tay đắt giá.

“Tôi muốn vay tiền!”.

“Không thành vấn đề! Ngài muốn vay bao nhiêu?”.

“1 đồ la”.

“Chỉ cần 1 đô la?”.

“Không sai, chỉ 1 đô la, có được không?”.

“Đương nhiên là được. Chỉ cần có tài sản thế chấp, muốn vay nhiều hơn một chút cũng không trở ngại gì”.

“0! Chừng này đảm bảo có được không?”.

Người Do Thái lấy ra một tập cổ phiếu từ trong một cải bóp da sang trọng, đặt lên bàn của vị giám đốc.

“Tổng cộng là 500 ngàn đô la, đủ rồi chứ?”.

“Đương nhiên, đương nhiên! Có điều, có thật là ông chỉ cần vay 1 đô la?”.

‘Nâng”.

Vừa nói, người Do Thái vừa đưa tay nhận tờ 1 đô la.

“Lợi tức một năm là 6%, chỉ cần ông trả đủ lợi tức 6%, một năm sau quay lại, chúng tôi nhất định sẽ trả lại số cổ phiếu này cho ông”.

“Cám ơn”.

Người Do Thải nói xong thì đứng lèn, chuẩn bị bước ra khỏi ngăn hàng. Tổng giám đốc ngân hàng nãy giờ đứng bên ngoài quan sát cũng không sao hiểu nổi, một người có đến 500 ngàn đô la trong tay, tại sao lại đến ngân hàng vay 1 đô la. Ổng hiếu kỳ tiến lại hỏi:

“Chào ông, xin hãy dừng bước...”.

“Có việc gì chăng?”.

“Tôi thực sự không hiểu, ông có đến 500 ngàn đô la, tại sao chỉ đến đây vay 1 đô la? Nếu như ông vay 300 hay 400 ngàn đô la chẳng hạn, chúng tôi cũng sẽ hết sức vui lòng...”.

“Xin đừng lo lắng cho tôi! Chỉ có điều, trước khi tìm đến ngàn hàng của quý ngài, tôi đã hỏi qua một số kho bạc, tiền thuê tủ bảo hiểm của họ đều quá cao. Bồi vậy, tôi đã quyết định gởi số cổ phiếu này ở chỗ ngân hàng của quý ngài, tiền thuế quả thật là quá rè, một năm chỉ tốn có 6 cent mà thôi!”.

Tuy đây chi là một câu chuyện cười, rất khó xảy ra trong thực tế cuộc sống, nhưng một câu chuyện cười thâm thúy đến thế chỉ có thể được dựng nên bởi trí óc thâm thúy của những người Do Thái mà thôi. Nó không chỉ thể hiện sự thâm thúy trong tính toán, mà còn trong đường lối tư duy. Ký gởi những vật dụng có giá trị cao, theo lẽ thường, phải gởi vào tủ bảo hiểm của kho bạc. Đối với nhiều người, đó là lựa chọn duy nhất. Nhưng thương nhân Do Thái trong câu chuyện đã không bị bó hẹp bởi những cái được xem là chuyện thường tình, mà luôn biết cách mở ra một con đường khác, tìm cách đưa số cổ phiếu của mình vào trong tủ bảo hiểm của ngân hàng. Xét trên góc độ an toàn và độ tin cậy, sự chênh lệch giữa kho bạc và ngân hàng là không đáng kể, chỉ có vấn đề thu phí là hoàn toàn khác nhau.

Đây chính là lối "tư duy ngược chiều" mà thương nhân Do Thái đã vận dụng hết sức khéo léo.

Trong tình huống thông thường, một người vay tiền đương nhiên luôn mong muốn có thể dùng lượng thế chấp thấp nhất để vay được một số tiền cao nhất. Trong khi ngân hàng, vì muốn bảo đảm an toàn và có lợi trong việc cho vay, sẽ không bao giờ cho phép số tiền được vay gần với giá trị thực của vật thế chấp. Vì vậy, các ngân hàng hầu hết đều chỉ quy định giới hạn cao nhất đối với số tiền được vay, chứ không bao giờ quy định giới hạn thấp nhất. Chính điều này đã kích thích cho lối "tư duy ngược chiều" của thương nhân Do Thái: trong trường hợp này khi vay tiền, tiền lãi chính là mức "phí bảo hiểm" mà ông ta phải chi ra. Và vi không có quy định giới hạn thấp nhất đối với số tiền được vay, ông ta đương nhiên có quyền chỉ vay 1 đô la, qua đó hạ mức "phí bảo hiểm" xuống chỉ còn "6 cent" mà thôi.

Với quyết định chỉ vay 1 đô la, lợi tức mà phía ngân hàng thu dược trong một năm gần như là con số không, đơn giản chỉ là phục vụ không công cho thương nhân Do Thái, trong khi lại phải gánh vác một trách nhiệm khá nặng nề.

Đương nhiên đây chỉ là một câu chuyện cười, nhưng phương pháp tính toán chi ly, độc đáo về mức phí bảo hiểm của thương nhân Do Thái trong việc ký gởi 500 ngàn đô la chắc chắn không chỉ đơn giản như vậy. Lối "tư duy ngược chiều" và khéo léo vận dụng pháp luật đã phản ánh trí tuệ thông minh tuyệt đỉnh của người Do Thái.

Khéo dùng quốc tịch, tránh thuế hợp pháp

® Che trời vượt biển

Johnny là một thương nhân người Mỹ gốc Do Thái, đã lăn lộn trong thương trường hơn 30 năm. Vì vậy, ông đã nghiên cứu rất nhiều những thủ đoạn trốn thuế, tránh

thuế trong hoạt động kinh doanh thương nghiệp. Đối với các điều khoản quy định của hải quan Mỹ, ông càng nắm rõ trong lòng bàn tay.

Từng có một thời gian, để nhập khẩu găng tay đa nữ từ Pháp vào Mỹ, phải nộp thuế nhập khẩu khá cao. Vì vậy, giá bán của loại găng tay này trên thị trường Mỹ cũng hết sức cao. Để kiếm được nhiều lợi nhuận, Johnny đã bay đến Pháp, mua 10 ngàn đôi găng tay lông cừu cao cấp nữ. Để không phải đóng quá nhiều thuế nhập khẩu, ông chia 10 ngàn đôi găng tay thành từng chiếc riêng lẻ, 10 ngàn chiếc găng tay bên trái được đóng vào một thùng, chuyển phát về Mỹ, 10 ngàn chiếc găng tay bên phải tạm thời giữ lại *ở* Pháp. Sau đó, tại sảnh chuyển hàng của hải quan Mỹ, hàng hóa được chất thành đống, một chiếc thùng gỗ lớn đang nằm *ở*góc tường, vẫn chưa có ai đến lấy. Đó là một thùng hàng được gởi đến từ Pháp, bên ngoài cũng bình thường như bao thùng hàng khác. Điều kỳ lạ là, đã quá thời hạn lấy hàng, mà vẫn chưa thấy chủ nhân của thùng hàng đến nhận. Căn cứ quy định của hải quan Mỹ, những lô hàng vượt quá thời hạn lấy hàng mà vẫn không có người đến nhận, bộ phận hải quan có quyền xem đó là lô hàng vô chủ, đem ra bán đấu giá.

Một hôm, nhân viên hải quan mở thùng hàng ra xem, phát hiện bên trong là một lô găng tay nữ được sản xuất từ Pháp. Các nhân viên hải quan hết sức ngạc nhiên, vì loại găng tay này không chỉ được sản xuất bằng nguyên liệu cao cấp, gia công tinh xảo mà kiểu dáng và màu sắc cũng hết sức độc đáo. Tổng cộng là 10 ngàn chiếc. Bấy giờ, loại găng tay lông cừu cao cấp này có giá bán rất cao *ở* Mỹ, tại sao lại không có người đến lấy? Điều khiến cho các nhân viên hải quan đau đầu hơn nữa là, 10 ngàn chiếc găng tay đó chỉ toàn là găng tay bên trái. Chiếu theo thông lệ, các nhân viên hải quan đã đưa số găng tay kể trên đến phòng bán đấu giá. Tại đó, Johnny nhanh chóng mua lại toàn bộ lô hàng với cái giá rẻ bèo.

Sau khi lô hàng thứ nhất được phát đi, Johnny đã biết lực lượng hải quan Mỹ sẽ chú ý đến lô hàng kỳ lạ của mình. Vì vậy, ông cô" ý trì hoãn không chuyển phát tiếp lô hàng thứ hai, để hai lô hàng cách nhau đến hơn một tháng, mục đích là khiến cho các nhân viên hải quan mệt mỏi, mất cảnh giác.

Để lô hàng thứ hai có thể thuận lợi qua được hải quan, ông đã thay đổi hình thức đóng gói. Ông cẩn thận phân loại 10 ngàn chiếc găng tay theo kích cỡ, màu sắc, kiểu dáng... cứ hai chiếc lại đóng vào trong một cái hộp hình chữ nhật, được gói cẩn thận tròng một lớp giấy nilon. Mặt ngoài của những chiếc hộp cũng được trang trí hết sức xinh đẹp. Bên trên còn ghi rõ nhà sản xuất, đăng ký thương hiệu, số hiệu, ngày xuất xưởng và hướng dẫn sử dụng. Tính tổng cộng, ông đã dùng đến 5000 cái hộp để đóng gói toàn bộ số găng tay còn lại, sau đó lập tức chuyển về Mỹ.

Ông đã tính toán, khi số hàng này được chuyển đến Mỹ, cũng là lúc thị trường tiêu thụ găng tay sôi nổi nhất. Để nhanh chóng luân chuyển nguồn vốn, ông đã lần lượt tiến hành thương lượng với một số đại lý bán sĩ và cửa hàng bán lẻ, để cho 10 ngàn đôi găng tay có thể cùng lúc xuất hiện trên thị trường. Vì vậy, chỉ cần lô hàng thứ hai đến được, mọi việc xem như đã thành công trọn vẹn.

Mọi việc đã tiến triển đúng như dự tính của ông, sau khi lô hàng thứ hai được chuyển đến, các nhân viên hải quan nhìn thấy mỗi hộp chỉ gói hai chiếc găng tay, liền khẳng định đó là một đôi, thêm vào đó mỗi gói hàng đều được đóng gói cẩn thận, xinh đẹp, mọi thủ tục đều hoàn thành, nên đã "bật đèn xanh" cho qua. Johnny hớn hở đến nhận số hàng, đương nhiên cũng phải nộp thuế quan cho 5000 đôi găng tay ấy, cộng với một số tiền nhỏ đã bỏ ra để mua lại lô hàng thứ nhất trong cuộc bán đấu giá, vậy là ông đã chuyển được 10 ngàn đôi găng tay vào đất Mỹ một cách trót lọt.

Trung tuần tháng 10, một lô găng tay lông cừu cao cấp của Pháp đã xuất hiện trên thị trường thời trang của Mỹ. Mặc dù giá cả không rẻ chút nào, nhưng do chất liệu cao

cấp, kiểu dáng độc đáo, gia công tinh xảo, thêm vào đó trời đã lập đông nên 10 ngàn đôi găng tay lông cừu cao cấp đã được bán sạch chỉ trong một thời gian ngắn.

® Khéo dùng quốc tịch

Công quốc Liechtenstein là một quốc gia nhỏ nằm giữa Áo và Thụy Sĩ, diện tích chỉ có 160 km^2, dân số khoảng 35.000 người (trong đó có hơn 10.000 người thuộc các quốc tịch khác). Trước chiến tranh thế giới thứ II, đây là một quốc gia nông nghiệp nghèo đói lạc hậu. Hiện nay, quốc gia nhỏ bé này đã trở thành một trong những quốc gia có nền kinh tế phát triển manh trên thế giới. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến sự phát triển của Liechtenstein, nhưng chủ yếu nhất vẫn là chính sách thu hút nguồn vốn từ bên ngoài.

Liechtenstein có ba ngân hàng. Để thu hút ngoại tệ, các ngân hàng đều chịu sự bảo hộ của cơ quan lập pháp, bảo mật nghiêm ngặt cho người gởi tiền. Bên cạnh đó, chính phủ còn thực hiện chính sách trưng thu thuế suất rất thấp đối với các công ty nước ngoài, chỉ có 0,1%. Vì vậy, hiện nay đã có hơn 50 ngàn công ty và đại lý nước ngoài đặt cơ sở ở đây. Mục đích chính của họ là chuyển số tiền kiếm được từ các vùng khác trên thế giới về tại đất nước nhỏ bé và yên bình này.

Liechtenstein còn có một biệt pháp thu hút ngoại tệ khác - “bán quốc tịch”. Người nước ngoài chỉ cần tốn một ít tiền là đã có thể mua được tấm thẻ quốc tịch của công quốc Liechtenstein, không phân biệt người giàu hay người nghèo. Bất kể thu nhập của bạn là bao nhiêu, mỗi năm chỉ cần bỏ ra 350 đô la là được, không cần phải nộp thêm một loại tiền thuế nào khác. Bằng cách đó, các công ty nước ngoài đã đua nhau kéo đến thành lập cơ sở tại đất nước nhỏ bé ít dân này.

Thương nhân Do Thái rất khéo nắm bắt tình hình thị trường các khu vực trên thế giới. Một quốc gia có nhiều chính sách ưu đãi như Liechtenstein, đương nhiên sẽ trở

thành mục tiêu của họ. Họ lợi dụng quốc tịch của quốc gia này để tiến hành hoạt động kinh doanh xuyên quốc gia.

Bản lĩnh khéo dùng quốc tịch của người Do Thái có quan hệ mật thiết với cuộc sống phiêu dạt và liên tục bị bức hại trong hơn 2000 năm qua của dân tộc này. Sau khi mất đi quốc gia, người Do Thái phải sống phân tán khắp nơi trên thế giới, tìm kiếm một vùng đất có thể sinh tồn và phát triển. Tại một số quốc gia, người Do Thái đã có thể định cư yên ổn và phát huy tài năng trí tuệ của mình. Nhưng *ở* một sô" quốc gia khác, họ phải đối mặt với sự kỳ thị, bức hại, thậm chí bị tịch thu tài sản, thảm sát. Một số quốc gia trở thành thiên đường kinh doanh của người Do Thái. Nhưng ở một sô" quốc gia khác, họ lại gặp phải những vấn đề rắc rối về pháp luật, thuế khóa. Trong cuộc sống sinh nhai phiêu dạt, người Do Thái đã dần dần có được kinh nghiệm trong việc lựa chọn cho mình một nơi dừng chân thích hợp. Đặc biệt là các thương nhân Do Thái, dần dần biết cách lợi dụng quốc tịch, tìm ra con đường thuận lợi cho hoạt động thương nghiệp của mình. Đến nay, lợi dụng quốc tịch đã trở thành một kinh nghiệm hoạt động thương mại của người Do Thái.

Tuân thủ pháp luật cục bộ, khéo léo trong việc tuân thủ pháp luật thuần túy

“Tuân thủ pháp luật cục bộ” là khéo léo lợi dụng một bộ phận có lợi, tránh né bộ phận không có lợi cho mình trong toàn bộ hệ thống pháp luật mà vẫn đảm bảo không phạm luật về mặt hình thức. Ngoài ra, còn có thêm một mánh khóe khác - “dùng ngược pháp luật”.

Khoảng năm 1968, kinh tế Nhật Bản bước vào giai đoạn phát triển tăng tốc, cán cân mậu dịch quốc tế xuất hiện tình trạng xuất siêu. Đồng yên Nhật ngày càng giữ được vị thế vững chắc trên các thị trường tiền tệ châu Âu, trong khi đồng đô la Mỹ ngày

càng trở nên yếu thế. Tỉ giá giữa đồng yên Nhật và đồng đô la Mỹ có sự biến đổi to lớn, đặc biệt là dự trữ ngoại hối của Nhật, tức dự trữ đồng đô la Mỹ của Nhật ngày càng nhiều.

Trước tình hình đó, người Do Thái đã tập trung tất cả tiền vốn, bán hết đô la Mỹ cho người Nhật. Bởi họ biết chắc rằng, sự tăng giá của đồng yên Nhật chỉ còn là chuyện sớm muộn. Các thương nhân Do Thái đánh giá: sự chênh lệch quá lớn trong tỉ giá hối đoái giữa đồng yên Nhật và đồng đô la Mỹ sẽ là một cơ hội giúp họ phát tài. Vì vậy, thậm chí họ còn vay mượn ngân hàng, bán đồng đô la vào Nhật.

Sau đó, người Do Thái đã lợi dụng hai điều khoản thanh toán trước bằng ngoại hối và giải trừ hợp đồng, đường đường chính chính bán ra và mua vào đồng đô la Mỹ trong thị trường ngoại hối Nhật Bản tưởng chừng đã bị khóa chặt. Phương pháp mà họ sử dụng là: trước tiên sẽ ký kết hợp đồng với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu của Nhật Bản, lợi dụng tối đa phương thức thanh toán trước bằng ngoại hối, bán đồng đô la cho Nhật. Bấy giờ, họ vẫn chưa thể kiếm lợi được gì. Phải đợi đến khi đồng yên Nhật tăng giá, họ lại dùng đến phương thức giải trừ hợp đồng, tìm cách mua đồng đô la trở lại. Vừa bán vừa mua, những người Do Thái lợi dụng sự chênh lệch về tĩ giá do đồng yên Nhật tăng cao để thu về cho mình những khoản tiền khổng lồ.

Đến khi dự trữ ngoại hối của Nhật đã lên đến mức 12,9 tỉ đô la, chinh phủ Nhật mới như chợt tỉnh giấc mộng, ý thức được tính nguy hiểm của vấn đề. Khi nguồn ngoại hối đã lên đến con số 13 tỉ đô la, chính phủ Nhật không thể không tuyên bố đồng yên tăng giá, từ 360 yên đổi 1 đô la thành 308 yên đổi 1 đô la.

Đều này có nghĩa là, một người Do Thái bán ra và mua vào một đô la, sẽ kiếm được 52 yên Nhật, lời được hơn 10%. Chẳng trách trước khi sự việc xảy ra, một số người

Do Thái đã mạnh dạn tuyên bố: dù có phải vay tiền ngân hàng với lãi suất 10%, cũng vẫn có thể kiếm được một món hời!

Theo những thống kê sơ lược sau đó, tổn thất mà chính phủ Nhật Bản phải gánh chịu lên đến 453 tỉ yên, bình quân mỗi người dân phải chịu trên dưới 5000 yên, tổng giá trị tổn thất tương đương với hạng ngạch tiêu thụ trong một năm của công ty thuốc lá Nhật Bản.

Theo đánh giá của nhà doanh nghiệp Den Fujita, số tiền ấy đã vào túi của những người Do Thái. Rốt cuộc người Do Thái đã kiếm được bao nhiêu tiền thì rất khó thống kê. Nhưng đúng như các thương nhân Nhật Bản đã nói, chỉ có người Do Thái mới có khả năng điều động nguồn tiền mặt lớn đến như vậy.

Người Do Thái đã nhận ra rằng, trong tình trạng biến động lớn, một quy định không có khe hở lại có thể tạo nên khe hở rất lớn.

Muốn lợi dụng khe hở đó, biện pháp tốt nhất chính là “dùng ngược luật pháp” của Nhật Bản.

Chính phủ Nhật Bản thực hiện chế độ thanh toán trước bằng ngoại hối và cho phép giải trừ hợp đồng là muốn giúp đỡ cho các thương nhân Nhật Bản làm ăn. Nhưng khi đến tay của người Do Thái, nó đã đảo thành “làm ăn để có thể thanh toán trước bằng ngoại hối và được giải trừ hợp đồng”. Người Do Thái khi ký kết hợp đồng và thanh toán trước bằng ngoại hối, đã có sẵn chủ ý của mình, đó là không cần hàng hóa, mà chỉ cần đô la. Nói một cách khác, để thu được càng nhiều đô la, họ đã thực hiện chiến lược bán ra và mua vào.

Trong cuộc giao dịch thua lỗ này của người Nhật Bản, chúng ta có thể nhìn thấy hình ảnh khác biệt của hai nền ván hóa.

Người Nhật bên ngoài luôn tỏ ra điềm tĩnh, trầm lặng, nhưng nội tâm lại luôn sôi sục, đụng chuyện là có thể mổ bụng tự sát, tựa như không có phương thức hữu hiệu nào khác để giải tỏa căng thẳng bên trong con người mình. Một dân tộc như thế, về phương diện tâm lý, tựa như một con thỏ vừa thoát khỏi lồng, chi biết cắm đầu chạy về phía trước mà không dám quay đầu nhìn lại.

Người Do Thái thì ngược lại: trên một góc độ tương đối mà xét, đó là một dân tộc có nội tâm rất bình lặng, ổn định. Càng trải qua nhiều đau thương thử thách, họ lại càng biết tự an ủi mình. "Giảng ngược lịch sử" là một phương pháp thường dùng của họ.

Người Do Thái vẫn luôn nói Thiên Chúa đã ban cho dân tộc mình vùng đất Canaan làm cơ nghiệp, giúp họ đánh đuổi tất cả bộ tộc lân cận đó. Nhưng lịch sử đã chứng thực: những bộ tộc đó vẫn tồn tại, bản thân người Do Thái lại trở thành những "tù nhân Babylon".

Thế là người Do Thái quay ngược lại nói: những dân tộc ấy, đặc biệt là những dân tộc thường xuyên mang lại tai ương cho người Do Thái, là do Thiên Chúa cố ý giữ lại, để tránh cho người Do Thái vì được hưởng hòa bình quá lâu, mà quên đi chiến sự, không còn luyện tập binh lực. Đối với lịch sử dân tộc còn có thể sử dụng phương pháp giải thích "đổi quả làm nhân", thì đối với điều lệ của quốc gia khác, việc sử dụng phương pháp đảo lộn "mục đích -thủ đoạn" lại càng dễ dàng hơn, tâm lý cũng nhẹ nhàng, thanh thản hơn nhiều.

Khéo dùng pháp luật, đạt được mục đích

"Không thể hứa một cách tùy tiện!". Một lời hứa của Thiên Chúa cách đây hơn 3000 năm, đã dẫn đến cuộc xung đột không thể chấm dứt giữa khối Á Rập và Israel. Như thế, khi tuân thủ giao ước trở thành một vấn đề nan giải, thì phải giải quyết bằng cách nào? Người Do Thái có một phương pháp hết sức hiệu quả.

Ngày xưa, có một ông vua chỉ sinh được một người con gái, nên rất mực yêu thương nàng.

Một lần nọ, công chúa lâm trọng bệnh, bao nhiêu thuốc thang quý hiếm cũng đều vô hiệu, hơi thở đã bắt đầu yếu dần. Quan đại phu buồn bã bẩm tấu cùng nhà vua, trừ phi lập tức tìm được thần dược, nếu khống, công chúa sẽ không còn hi vọng gi nữa.

Nhà vua vô cùng lo lắng, lập tức dán cáo thị trong khắp kinh thành:

"Bất kề là ai, chỉ cần trị khỏi bệnh cho công chúa, sẽ được đức vua gã công chúa làm vợ, đồng thời còn cho kế thừa ngai vàng".

Ở một vùng rất xa, có ba anh em cùng sống với nhau, người anh cả có một ống kính nhìn xa vạn dặm. Thông cáo của nhà vua đã được anh ta nhìn thấy. Người anh cả bèn bàn với hai em, tìm cách trị bệnh cho công chúa.

Hai người em cũng có bảo bối của riêng mình. Người anh thứ có một tấm thảm biết bay, có thể dừng làm phương tiện đi lại cấp tốc. Người em út có một trái táo thần, bất kể là bệnh gì, chỉ cẩn ăn được nó là sẽ lập tức khỏi bệnh.

Sau khỉ hàn bạc xong, ha anh em bền ngồi lên thảm bay, mang theo quả táo, rồi bay thẳng đến hoàng cung.

Sau khi công chúa ăn xong quả táo, sức khỏe liền hồi phục. Nhà vua hết sức vui mừng, lập tức cho người mở hội, chuẩn bị tuyên bố với toàn thể thần dân trong nước rằng mình đã tìm được vị phò mã xứng đáng cho công chúa.

Tuy nhiên, nhà vua chỉ có một người con gái, nhưng công lao trị bệnh cho công chúa lại thuộc về cả ba anh em. Phải gả công chúa cho ai bây giờ?

Người anh cả nói: "Nếu không phải tôi đã dùng kính vạn dặm nhìn thấy cáo thị, chúng ta sẽ chẳng bao giờ biết chuyện công chúa mắc bệnh mà đến đây cứu chữa".

Người anh thứ nói: "Nếu không có tấm thảm thần của tôi, làm sao chúng ta có thể vượt qua một quãng đường xa xôi để kịp thời tìm đến kinh thành chữa bềnh cho còng chúa".

Người em út nói: "Nếu không có quả táo thần, dù cỏ đến được nơi đây, cũng không thể trị khỏi bệnh cho công chúa".

Nhà vua tuyên bố: "Phò mã là người em út đã mang quả táo đến cứu công chúa".

Lý do là: Người anh cả vẫn còn nguyên vẹn ống kính vạn dặm; người anh thứ vẫn còn nguyên vẹn tấm thảm bay; chỉ có người em út vì đã đứa quả táo cho công chúa ăn, nên không còn sở hữu được gì nữa.

"Talmud" có nói: "Một người muốn phục vụ cho người khác, điều quý trọng nhất là có thể dâng hiến mọi thứ trong con người mình cho tha nhân".

Câu cách ngôn trích dẫn trong "Talmud" trên đây thật là hữu lý. Tuy nhiên, đứng từ góc độ tuân thủ giao ước để

mổ xẻ câu chuyên, chúng ta có thể phát hiện, "Talmud" lại một lần nữa sử dụng đến thủ thuật.

Trên thực tế, thông cáo của nhà vua là một lời hứa, trong cách nhìn của người Do Thái, nó đã có đầy đủ ý nghĩa "pháp luật", tất yếu phải thực hiện. Trong thông cáo đã nói rõ, ai trị khỏi bệnh cho công chúa, nhà vua sẽ gả công chúa cho người ấy. Bấy giờ, cả ba anh em đều đã có công trong việc chữa trị cho công chúa. Hơn nữa, đúng như họ đã nói, đóng góp của họ là không thể chối cãi được. Vì vậy, chí ít mỗi người trong ba anh em đều có một phần quyền lợi, có thể yêu cầu trở thành phò mã.

Nếu chỉ gả riêng cho một trong ba người thì đồng nghĩa thất tín với hai người còn lại, cúng có nghĩa là "bội ước", điều mà pháp luật Do Thái không thể chấp nhận.

Vì vậy, bất luận nhà vua có làm như thế nào, cũng đều có thể đối mặt với khả năng vi phạm pháp luật. Để tránh một kết cục không hay, "Talmud" đã lựa chọn một tiêu chuẩn khác - không xem ai đã có cống hiến lớn nhất trong việc trị khỏi bệnh cho công chúa, mà xem ai đã "dâng hiến" nhiều hơn.

"Cống hiến" và "dâng hiến" tuy chỉ khác nhau có một chữ, nhưng lại cách biệt nhau rất xa. Cống hiến là nói lên mối tương quan giữa kết quả của hành vi và người nhận ơn huệ, cũng chính là sự đánh giá của nhà vua đứng trên góc độ có lợi cho mình; dâng hiến là nói lên mối quan hệ tương đối giữa quá trình hành động và người ban ơn, cũng chính là sự đánh giá của nhà vua đứng trên góc độ "gánh chịu tổn hại" của đối phương. Vì vậy, đổi "cống hiến" thành "dâng hiến", trên thực chất là đã thay đổi hoàn toàn tiêu chuẩn đánh giá, từ đó thay đổi luôn cả nội dung lời hứa của nhà vua.

Nói rõ thêm một bước, trong hệ thống giá trị của người Do Thái, cùng làm tiêu chuẩn đánh giá, vị trí của "dâng hiến" sẽ cao hơn "cống hiến", đặt "dâng hiến" vào vị trí ưu tiên hơn so với "cống hiến", đương nhiên hợp lý và hợp pháp. Nếu đã như vậy, thay đổi điều kiện thực hiện lời hứa, cũng là có "căn cứ pháp luật, dựa vào đạo lý".

Giáo huấn cho kẻ vi phạm giao ước

Người Do Thái rất giỏi đấu trí với các đối tác trong việc đàm phán, ký kết hợp đồng, điều này có liên quan với thói quen tuân thủ giao ước của chính họ.

Khi ký kết và tuân thủ một giao ước, người Do Thái đều hết sức thận trọng, và yêu cầu đối phương cũng phải có thái độ như vậy. Nhưng yêu cầu ấy làm sao có thể đặt

vào được trong thực tế? Đặc biệt là những con người không có niềm tin vào thượng đế và không xem trọng việc tuân thủ giao ước?

Người Do Thái có suy nghĩ hết sức rõ ràng, sở dĩ một con người dám vi phạm thậm chí hủy bỏ giao ước, phần lớn là do họ có thể tìm được cái lợi thông qua hành động bội ước đó. Cứ theo suy nghĩ đó, chỉ cần làm tan biến suy nghĩ "được lợi" của người đó, là đã có thể khống chế được hành vi bội ước của đối phương. Tiến thêm một bước nữa, nếu phương thức ấy được "thể chế hóa", còn có thể ngăn chặn được sự xuất hiện của ý niệm hoặc sự tính toán về bội ước. Vì vậy, phương thức trừng phạt đối với kẻ bội ước, tất yếu phải đặt trên cơ sở quyền lợi thực tế.

Ngày xưa, có một cô gái xinh đẹp cùng với gia đình đi chơi xa. Trên đường đi, cô gái tách ra khỏi gia đình để tản bộ một mình, bất giác đi đến một miệng giếng.

Đang lúc khát nước, cô gái bèn leo theo dây gầu xuống giếng uống nước. Nhưng uống xong lại không thể leo trở lên miệng giếng được. Cô gái hoảng sợ vừa khóc vừa kêu la cầu cứu.

Bấy giờ, có một thanh niên đi ngang qua đó. Nghe tiếng khóc la phát ra từ miệng giếng, anh ta bèn tìm cách cứu cô gái lên. Nhờ cuộc gặp gỡ bất ngờ ấy, hai người đã để lòng yêu mến nhau, nguyện một lòng bên nhau mãi mãi.

Một hôm nọ, người thanh niên có việc phải đi xa. Trước khi lên đường, anh ta đã đến nhà cô gái để nói lời từ biệt, và hứa rằng sẽ mãi mãi giữ lời thề năm xưa. Hai bên đều bày tỏ cho dù bao lâu, nhất định cũng sẽ chờ ngày nên nghĩa vợ chồng.

Sau khi đã đính ước với nhau, hai người muốn tìm một ai đó đến làm nhân chứng cho lời thề nguyện của mình. Đúng lúc ấy, có một con chồn lông vàng băng ngang qua trước mặt họ rồi chạy thẳng vào khu rừng. Cô gái bền nói: "Con chồn lông vàng ấy và miệng giếng ngày trước sẽ là nhân chứng cho chúng ta".

Sau đó, hai người chia tay nhau.

Rất nhiều năm sau, cô gái vẫn một lòng giữ vẹn trinh tiết, chờ đợi vị hôn phu của mình quay về. Thế nhưng, người thanh niên ấy đã kết hôn với một cô gái khác tại một vùng đất xa xôi, sinh con cái, cùng nhau trải qua những thảng ngày vui vẻ, hoàn toàn không còn nhớ gi đến lời hôn ước năm xưa.

Một hôm, do đùa giỡn quả mệt, đứa con trai của người thanh niên năm xưa bền ngã lưng nằm ngủ trên bãi cỏ. Đúng lúc có một con chồn lông vàng đi ngang qua, cắn phập vào cổ đứa bé, khiến nó chết ngay lập tức. Cha mẹ nó đều hết sức đau khổ, thương tiếc cho đứa con thơ dại của mình.

Sau đó một thời gian, hai vợ chồng lại sinh được đứa con trai khác. Cậu bé được nuôi dưỡng khôn lớn và thích đi xa vui chơi. Một hôm, nó đi đến bên một miệng giếng, vì nhìn thấy bóng của mình in trên mặt nước, trong một phút không cẩn thận đã lọt nhào xuống giếng chết.

Đến lúc ấy, người thanh niên năm xưa mới nhớ lại hôn ước ngày nào của mình với cô gái, chứng nhân ngày ấy chính là con chồn lông vàng và cái giếng.

Thế là, anh ta kể lại toàn bộ sự việc cho người vợ cua mình, rồi đề nghị ly hôn với người vợ ấy.

Sau đó, anh ta trở về thôn làng của người con gái năm xưa. Cô gái vẫn đang chờ đợi anh. Hai người cuối cùng đã kết hôn với nhau, sống những tháng ngày hạnh phúc cho đến cuối đời.

Rất rõ ràng, đây là một câu chuyện về sự tuân thủ giao ước (hôn ước) dưới sự phò trợ của thần linh.

Tuy nhiên, trong câu chuyện, phương thức trung phạt lại không trực tiếp giáng xuống đầu của kẻ vi phạm giao ước, như người thanh niên trong câu chuyện uống rượu say rồi tự mình ngã xuống giếng chết, hoặc để con chồn lông vàng cắn anh ta, khiến anh ta bị bệnh dại mà chết. Câu chuyện đã để cho hai người con trai phải gánh lấy tội lỗi của cha mình, khiến người đọc khó lòng tránh được cảm giác bất nhẫn.

Kỳ thực, đó là một câu chuyện khuyên người làm thiện, tuân thủ giao ước. Ý nghĩa căn bản của câu chuyện là, trong bất kỳ hoàn cảnh nào cũng đều phải tuân thủ giao ước. Nếu để người vi phạm giao ước chết đi, thì sẽ không còn phù hợp với tín điều "ghét tội, nhưng không ghét người có tội" của người Do Thái, cơ hội thực thi lại giao ước cũng không còn nữa, cô gái tuân thủ giao ước đành phải một mình chịu đựng đau khổ, sống cảnh phòng không chiếc bóng trong suốt quãng đời còn lại.

Vì vậy, câu chuyện đã không hề tiếc thương khi để sự trừng phạt giáng xuống hai đứa con vô tội. Ở điểm này, những đứa trẻ chỉ là hình ảnh tượng trưng cho hậu quả tồi tệ nhất của hành vi bội ước (người Do Thái xem trọng con trai nối dòng, có thể sánh ngang với quan niệm thừa tự mà người Trung Quốc vẫn luôn đề xướng "bất hiếu có ba điều lớn, không con nối dõi là điều bất hiếu nhất". Đó cũng là nguyên nhân vì sao câu chuyện không xem người vợ cưới được là thành quả đáng giá nhất trong hành động bội ước của người thanh niên). Đó chính là ý nghĩa nội tại được rút ra từ hành vi bội ước trong câu chuyện, biến bội ước thành một hành vi thuần túy vô vị, thậm chí là một hành vi tự chuốc khổ cho mình. Người bội ước trong câu chuyện đã hai lần có được hạnh phúc, nhưng cuối cùng lại phải chịu đọa đày đau khổ bên trong "hạnh phúc" đó.

Qua ý nghĩa then chốt của câu chuyện, chúng ta có thể nói đây mới chính là liệu pháp chữa trị hữu hiệu nhất cho "căn bệnh bội ước".

Trong hiện thực cuộc sống, biện pháp mà người Do Thái áp dụng cho những kẻ vi phạm giao ước là trục xuất người đó ra khỏi cộng đoàn. Trên thương trường, một người Do Thái bị cả cộng đồng bài xích sẽ rất khó để tiếp tục sinh tồn (sinh tồn bằng con đường làm ăn buôn bán).

Nếu đối phương không phải là một người Do Thái, họ sẽ không ngần ngại tố cáo anh ta ra trước tòa án, yêu cầu cưỡng chế chấp hành hợp đồng, hoặc bắt buộc đối phương phải đền bù tổn thất. Bên cạnh đó, cộng đồng Do Thái còn báo cho nhau, tuyệt đối không bao giờ làm ăn buôn bán với người thất tín kia nữa. Nên hiểu rằng, mậu dịch quốc tế là lĩnh vực nằm trong tay của người Do Thái. Như thế, một khi bị người Do Thái bài xích, thì ngày bạn bị đẩy văng ra khỏi "thị trường giao dịch thế giới" cũng sẽ không còn xa nữa.

Thực tế đã chứng minh, trí tuệ kinh doanh của người Do Thái không chỉ tương hợp với quy luật nội tại của giới thương nghiệp, mà còn có đủ khả năng thay đổi mô thức kinh doanh của những người khác, khiến họ chấp nhận mô thức kinh doanh của người Do Thái. Xét trên phương diện này, không thể không xem nó là một cống hiến tích cực đối với "quy tắc cuộc chơi" trong kinh doanh.

Chương II Thành Tín, Giữ Cho Quan Hệ Làm Ăn Được Mãi Trường Tồn

Thủ tín với người

Có một câu nói rất hay: "Đau khổ lớn nhất của con người không phải là bị người khác lừa dối, mà là không được người khác tin tưởng". Nghĩ kỹ hơn một chút, câu nói ấy muốn nhắc nhở chúng ta: giữ chữ tín với người khác là một chuẩn tắc hành động quan trọng nhất trong cuộc đời của một con người.

Làm cách nào để có thể giữ chữ tín với người? Trước tiên chúng ta sẽ bàn đến vấn đề "thành tín", đây là yêu Cầu tối thiểu trong việc giữ chữ tín với người.

Trong cuộc sống bôn ba làm ăn của người Do Thái, họ đã phải gánh chịu rất nhiều hành động bài xích và cái nhìn kỳ thị của các dân tộc khác, cũng đã gặp phải rất nhiều lời nói cùng thủ đoạn lừa gạt. Nhưng trước sau, họ vẫn hết lòng tin tưởng vào giáo huấn của Thiên Chúa: "Tuân thủ giao ước, sống thành thực, quan tâm đến tha nhân, sau khi chết mới có thể được lên thiên đàng". Trong lĩnh vực thương nghiệp, họ càng cảm nghiệm một cách sâu sắc việc giữ được sự tín nhiệm của đối tác là cơ sở để giao dịch có thể đi đến thành công. Người Do Thái tuân thủ giao ước, nhưng không phải lúc nào cũng ký kết hợp đồng trên giấy. Bất kể là một giao ước được thực hiện trên văn bản, hay là một lời hứa miệng, chỉ cần họ đã thừa nhận là một giao ước, thì sẽ tuyệt đối tuân thủ. Đức tính tôn trọng chữ tín, tuân thủ pháp luật cao đẹp của người Do Thái đã mang lại cho họ một uy tín và danh dự rất lớn.

Theo lý mà nói, người Do Thái là một dân tộc không có quốc gia, bị thế giới dồn tới đuổi lui, rất dễ tạo nên trong họ khuynh hướng hành động theo "sách lược ngắn hạn"

hoặc “chiến thuật cướp bóc” trong hoạt động kinh doanh, thậm chí là trong mối quan hệ giao tiếp xã hội. Nhưng trên thực tế, người Do Thái rất hiếm khi hành động như vậy, trái lại luôn đặt uy tín cùng danh dự lên vị trí hàng đầu. Các sản phẩm kinh doanh và phong cách phục vụ của họ đều vượt chuẩn, không bao giờ lấy giả làm thật. Vì sao? Ngoài yếu tố bối cảnh văn hóa của thương nhân Do Thái như: niềm tin vào một “dân tộc do Thiên Chúa tuyển chọn”, có truyền thống tôn trọng chữ tín, tuân thủ giao ước, còn có một yếu tố quan trọng hơn, đó là đạo lý kinh doanh chân chính mà họ đã đúc kết được trong cuộc sống bôn ba lưu lạc và quy luật hoạt động thương nghiệp của họ.

Hệ thống cửa hàng tổng hợp nổi tiếng nhất *ở* Anh là “Công ty bách hóa Marks and Spencer”, do Simon Marks và người anh họ đồng sáng lập.

Cha của Simon là Michael đã di cư từ Nga sang Anh vào năm 1882. Ban đầu, ông chỉ là một thương buôn nhỏ, sau đó mở được một cửa hàng *ở* chợ Leeds. Một thời gian sau, cửa tiệm nhỏ của ông đã phát triển thành một hệ thống cửa hàng giá rẻ. Michael qua đời để lại cơ nghiệp cho con trai mình quản lý. Sau đó, anh em Simon đã phát triển hệ thống cửa hàng thêm một bước nữa, với nguồn vốn ngày càng hùng hậu, hàng hóa ngày càng phong phú, thực sự trở thành một hệ thống cửa hàng giá rẻ có chức năng không kém gì các siêu thị cao cấp.

Công ty bách hóa Marks and Spencer tuy lấy phương thức bán hàng giá rẻ làm yếu tố chủ lực, nhưng rất chú trọng đến mặt chất lượng, thực sự đạt tới phương châm “bàng tốt giá rẻ”. Dẫn theo cách nói của một số tờ báo, công ty bách hóa Marks and Spencer đã thực sự tạo nên một cuộc cách mạng xã hội. Vì trước đây, thông qua hình thức ăn mặc, chúng ta có thể đánh giá được một người thuộc tầng lớp nào, nhưng kể từ khi công ty bách hóa Marks and Spencer đưa ra thị trường những bộ trang phục sang trọng với giá cả phải chăng, nó đã giúp cho một người bình thường cũng có thể

sở hữu được một bộ trang phục của các quý bà hay quý ông, thói quen đánh giá con người thông qua gấm vóc cũng theo đó mà lung lay. Ở Anh hiện nay, thương hiệu "St. Michael" của công ty bách hóa Marks and Spencer đã trở thành tiêu chí của sản phẩm chất lượng cao. Một chiếc áo sơ mi hiệu "St. Michael" là sản phẩm có chất lượng tốt nhất có thể được mua với giá thấp nhất.

Công ty bách hóa Marks and Spencer không chỉ cung Cấp cho khách hàng những sản phẩm ưng ý nhất, mà còn cung cấp một phương thức phục vụ tốt nhất. Thái độ lịch Sự, ân cần và chu đáo của đội ngũ nhân viên trong công ty đã trở thành một mô phạm điển hình tại một đất nước trước nay vốn nổi tiếng với phong cách phục vụ lễ độ, lịch sự. Khi lựa chọn các nhân viên phục vụ, anh em Simon cũng tiến hành một cách hết sức cẩn trọng như khi lựa chọn những sản phẩm cho công ty mình. Đội ngũ nhân viên có tô" chất nghiệp vụ cao và phong cách phục vụ ân cần đã giúp công ty trở thành "thiên đường của người mua sắm".

Với cách làm việc khoa học, quan tâm chu đáo đến nhu cầu và nguyện vọng của đông đảo khách hàng bình dân cùng đội ngũ nhân viên của anh em Simon Marks, công ty bách hóa Marks and Spencer đã trở thành doanh nghiệp có hiệu suất cao nhất trong các doanh nghiệp cùng ngành, thu hút được đông đảo các nhà đầu tư.

Các thương nhân Do Thái luôn có một niềm tin vững vàng: người Do Thái sống ở nơi đâu thì sẽ cắm rễ tại vùng đất ấy. Họ không chỉ thành tín trong việc kinh doanh, mà còn chung sống hòa hợp với các dân tộc khác, thậm chí có thể lấy tài sản và sự nghiệp của mình để giúp đỡ, bảo vệ cho đồng bào Do Thái hoặc không phải người Do Thái. Họ tin rằng, chỉ bằng cách đối đãi thành khẩn với nhau, giữ được chữ tín với mọi người, người Do Thái mới có được những người bạn tốt. Và cũng chỉ có cách đó, ngày phục hưng trong vinh quang của người Do Thái mới có thể trở thành hiện thực.

Mỗi lần buôn bán đều là cuộc giao dịch đầu tiên

Điều cấm kỵ nhất trên thương trường chính là cả tin vào người khác. Người Trung Quốc có câu: “Không sợ điều gì thường xảy ra, chỉ sợ điều xảy ra bất thường”. Câu nói ấy nhắc nhở chúng ta, khi làm bất cứ việc gì cũng cần phải hết sức cẩn trọng. Trong hoạt động thương nghiệp, các thương nhân chỉ gắn bó với nhau trên quan hệ lợi ích, một khi không chú ý là có thể bị đối phương lừa gạt. Quan hệ tiền bạc có thừa sức mạnh để uốn cong lương tri và đạo đức của con người. Vì vậy, thật khôn ngoan khi nói “thương trường cũng là chiến trường”, một bên nhờ lừa dối mà trở thành cự phú, một bên vì bị lừa mà tán gia bại sản, muốn tố cáo cũng không có gì làm bằng chứng.

Trong đạo lý kinh doanh của người Do Thái, có một nguyên tắc gọi là “mỗi lần đều là sơ giao”, ý muốn nói: phải xem mỗi lần làm ăn đều là lần đầu tiên giao dịch với đối tác, không vì trước đây đối tác đã từng có quan hệ qua lại với bạn mà trở nên dễ dãi, khinh suất, càng không bị mê hoặc bởi vẻ chân thành bên ngoài của đối tác.

Một lần nọ, một thương nhân Nhật Bản mời một họa sĩ người Do Thái đến nhà hàng dùng cơm. Chủ khách cùng ngồi vào bàn. Trong khi đợi nhà hàng dọn món, người họa sĩ lấy giấy bút ra, vẽ ngay một bức ký họa cho cô chủ quán xinh đẹp trẻ trung.

Chẳng mấy chốc, bức tranh đã được hoàn thành. Người họa sĩ đưa cho thương nhân Nhật Bản xem. Thương nhân Nhật Bản không ngớt lời khen: “Quá tuyệt Quá tuyệt”.

Được khen, họa sĩ Do Thái bền xoay người lại, nhìn thẳng vào thương nhân Nhật, rồi bắt đầu cầm bút lên vẽ, lại còn thường xuyên giơ ngón tay cái lên.

Thông thường, khỉ tính toán tỉ lệ các bộ phận cơ thể của người được vẽ, các họa sĩ đều sử dụng đến phương pháp đơn giản mà hiệu quả này.

Thương nhân Nhật Bản trông thấy điệu bộ của họa sĩ Do Thái, tưởng rằng ông ta đang vẽ ký họa cho mình. Tuy đang phải ngồi đối diện với nhau, không thể thấy được họa sĩ vẽ như thế nào, nhưng ông vẫn cố gắng giữ tư thế cho thật đẹp.

Thương nhân Nhật Bản cứ ngồi bất động như thế, mắt nhìn người họa sĩ đang chăm chú đưa bút trên bản vẽ, lâu lâu lại đưa ngón tay cái về phía mình. ít nhất cũng đã 10 phút trôi qua.

"Được rồi! Vẽ xong rồi". Người họa sĩ dừng bút và nói.

Vừa nghe người họa sĩ nói vậy, thương nhân Nhật Bản bèn thở phào một tiếng, lập tức đứng bật dậy, chạy về phía người họa sĩ, nhưng khi trông thấy bức tranh mới sững sờ kinh ngạc. Thì ra, nãy giờ người họa sĩ không hề vẽ chân dung của mình, mà chỉ chăm chú vẽ ngón tay của ông ta mà thôi,

Thương nhân Nhật Bản vừa xấu hổ vừa tức giận, bền cằn nhằn họa sĩ Do Thái:

"Tôi đã có ý tạo dáng cho ông vẽ, mà ông... ông lại muốn trêu tôi".

Họa sĩ Do Thái bật cười traded: "Tôi nghe nói ông rất sáng suốt trong chuyện làm ăn, nên mới cố ý kiểm tra ông thử. Ông không hỏi người khác đang vẽ gì, đã vội cho rằng đang vẽ chính mình, lại còn cố gắng chỉnh thế, tạo dáng. Chỉ xét trên điểm này thôi, đã thấy ông còn ở trình độ kém xa so với các thương nhân Do Thái".

Bấy giờ, thương nhân Nhật Bản mới như chợt tỉnh giấc mộng, nhận ra đâu là sai lầm của mình.

Cho dù làm ăn với một người quen, thương nhân Do Thái cũng tuyệt đối không vì đã từng hợp tác thành công mà buông lỏng việc thẩm tra những điều kiện, yêu cầu của đối tác trong một cuộc làm ăn mới. Làm như vậy, chí ít cũng có được hai điều lợi:

Thứ nhất, sẽ không rơi vào tình cảnh "mất mặt" giống như thương nhân Nhật Bản trong câu chuyện kể trên, vì luôn nghĩ "đến trước làm chủ" mà rơi vào thế cả tin trước hành động của người khác. Ngược lại, chúng ta sẽ có đủ khả năng để cảnh giác, ngăn ngừa mọi hành động lừa gạt từ phía đối phương.

Thứ hai, có thể bảo đảm cho nguồn doanh lợi mà mình đã phải gian khổ tạo dựng trong lần làm ăn đầu tiên, không bị mất cả chì lẫn chài chỉ vì lý do "tình cảm" trong lần làm ăn thứ hai. Buôn bán rốt cuộc vẫn là buôn bán, không thể đan xen yếu tố tình cảm, nếu không đã chẳng cần đến chuyện chi li tính toán.

Thương nhân Do Thái hiểu rõ, ý thức của con người đối với ấn tượng đầu tiên có thể khiến họ không thể nghĩ đến chuyện sửa đổi lại nó. Đến khi kết quả sự việc được phơi bày, rơi vào tình cảnh thất vọng, thậm chí là tuyệt vọng hoàn toàn, mới nhận ra sự khinh suất của mình.

Xã hội ngày nay phát sinh đầy rẫy những vụ án kinh tế lừa bịp, rất nhiều "người lương thiện" vì quá tin tưởng vào một người quen, thậm chí chỉ là người dăm ba lần gặp gỡ, hoặc đã từng kết hợp "thành công" trong một chuyện nho nhỏ, mà đã mắc vào tròng của người khác.

Vì vậy, "mỗi lần đều là sơ giao" thật sự là một đạo lý kinh doanh đúng đắn mà người Do Thái đã đúc kết được trong lịch sử kinh doanh lâu đời của dân tộc mình.

Điều thú vị là, trong quan hệ với người khác, người Do Thái luôn yêu cầu bản thân phải ghi nhớ nguyên tắc "mỗi lần đều là sơ giao", không để người khác xúi giục, lừa gạt, nhưng lại luôn tìm cách lợi dụng cái nhìn "lần thứ hai" của đối phương. Ngoài người họa sĩ Do Thái trong câu chuyện kể trên, còn có thể kể thêm tuyệt chiêu của một nhân viên bán dù trong một câu chuyện cười Do Thái dưới đây. Anh ta chẳng

cần mở miệng, chỉ lợi dụng lời nói của khách hàng, là đã có thể dựng nên "cạm bẫy lần thứ hai".

"Chào ông! Ông mua cây dù xinh đẹp này nhé! Tôi đảm bảo cây dù này được làm từ vải lụa chính cống đấy".

"Có điều là mắc quá!"

"Thế thì, ông mua cái này vậy! Cây dù này cũng rất đẹp, hơn nữa lại không mắc, chỉ có 5 đô la".

"Cây dù này cũng được bảo đảm đấy chứ?"

"Đương nhiên rồi".

"Bảo đảm đây là vải lụa chính cống?"

"Ông yên tâm, chúng tôi tuyệt đối bảo đảm với ông..."

"Nhưng rõ ràng nó không phải là lụa!"

"Cái này... tôi bảo đảm nó là một cây dù".

Thật là hiểm, suýt chút nữa người khách hàng đã rơi vào cái bẫy ngôn ngữ do chính mình tạo ra. May mắn là ông đã không xem "lần bảo đảm thứ hai" thành "lần bảo đảm thứ nhất". Các thương nhân Do Thái có thể dễ dàng vượt qua cửa ải "cả tin vào người khác". Nếu các thương nhân trên toàn thế giới đều có thể làm được như họ, chắc hẳn đã có rất ít bi kịch xuất hiện trên thương trường.

Chỉ tin chính mình, cẩn thận đề phòng trò bịp trong kinh doanh

Người Do Thái từ khi sinh ra đã phải sống trong nghịch cảnh, điều kiện sinh tồn rất khó khăn, sống dạt trôi không xác định, vô bến vô bờ. Muốn thích ứng với hoàn cảnh ấy, cần phải biết cách đối đãi như thế nào cho phù hợp với mọi người xung quanh và vái cả chính mình. Thông thường, người Do Thái luôn giáo dục con cái tin vào chính mình, ngoài bản thân ra, bất kỳ người nào cũng không đáng tin. Thái độ không tin tưởng vào người khác của người Do Thái có lúc gần như trở thành cố chấp. Đạo Do Thái giáo dục các tín đồ của mình, phải luôn nằm lòng "máu loãng còn hơn nước lã". Cũng có nghĩa là, ngoài dân tộc mình, không được tin tưởng vào một dân tộc nào khác".

Trong "Talmud" có viết: "Nếu đối phương là người Do Thái, bất luận có hay không có giao ước, chỉ cần nhận lời rồi, là có thể đặt niềm tin. Ngược lại, nếu đối phương không phải là người Do Thái, dù đã ký kết giao ước, cũng không được nhẹ dạ cả tin".

Tại sao lại nói như vậy? Chúng ta biết rằng, người Do Thái là một dân tộc vô cùng xem trọng chữ tín. Nếu một người Do Thái vi phạm giao ước, xem như anh ta đã nhận mức án tử hình trong xã hội Do Thái - vĩnh viễn không được bước chân vào thế giới kinh doanh của người Do Thái. Vì vậy, người Do Thái tuyệt đối không dám vi phạm giao ước, càng không dám lừa gạt người khác. Ngay trong trường hợp ký kết hợp đồng với người nước ngoài, điều kiện cũng hết sức hà khắc, hợp đồng cũng được quy định hết sức chi tiết, chặt chẽ, tránh không để người khác tìm ra khe hở để luồn lách, vi phạm hợp đồng. Đó là ý thức đã được hình thành qua bao thế kỷ sống bôn ba lưu lạc, chịu nhiều bức hại, dối trá, người Do Thái làm vậy để bảo vệ chính mình và dân tộc mình.

Dân tộc Do Thái tuy luôn tin rằng "máu loãng còn hơn nước lã", nhưng khi gặp phải vấn đề tiền bạc, thì luôn hết sức cẩn thận và đa nghi, thậm chí cả vợ của mình cũng

không dám tin tưởng. Con người là sinh vật có tình cảm, nhưng tiền bạc lại không có tình cảm.

Đến đây, có lẽ chúng ta sẽ hỏi: nếu người Do Thái đã không tin tưởng vào người khác, luôn cảm thấy không yên tâm đối với người khác đến như vậy, phải chăng họ sẽ tự khép kín mình? Rõ ràng là không. Nếu không, làm sao họ có thể trở thành “thương nhân hàng đầu thế giới?”.

Mạng lưới quan hệ làm ăn của người Do Thái là vô cùng rộng lớn, họ cũng tích cực tiến hành hợp tác ngoại thương với các đối tác, thành lập các công ty liên doanh. Đương nhiên, họ cũng không thể tin tưởng vào người nước ngoài, càng đặc biệt không tin tưởng vào thành ý tuân thủ hợp đồng của họ. Như thế, người Do Thái phải xử lý vấn đề đó bằng cách nào?

Người Do Thái làm việc hết sức cẩn trọng, không bao giờ cho phép mình được cẩu thả. Họ không bao giờ dễ dàng tin tưởng vào những lời hứa mà đối tác đã đưa ra trong những cuộc giao dịch làm ăn. Ngay cả khi đã ký kết hợp đồng với đối tác, họ vẫn luôn giữ một thái độ ngờ vực. Để có thể khiến đối tác tuân thủ và thi hành các điều khoản trong hợp đồng, họ sẽ không tiếc tiền của, mời cho được người tài giúp mình giám sát đối phương, để bảo đảm lợi ích của họ không bị xâm phạm.

Den Fujita đã kể lại một kinh nghiệm của chính mình:

Một lần nọ, Den Fujita đang bận xử lý một số thư tín trong văn phòng làm việc của mình. Đột nhiên, có một luật sư gọi điện đến chỗ ông: “Chào ngài Den Fujita, tôi có việc muốn thỉnh giáo ngài, khống biết bây giờ ngài có rảnh không?”.

Thực sự thì ông đang rất bận, các thư tín thương mại vừa mới nhận được đều rất quan trọng và cần xử lý ngay, vì vậy ông đã thẳng thắn từ chối. Nhưng luật sư kia vẫn cứ nài nỉ: “Bất luận thế nào, xin ngài cũng hãy dành ra một chút thời gian gặp tôi”.

“Xin lỗi! Thực sự là tôi không rảnh!”

“Như thế này vậy, mỗi giờ nói chuyện, ngài sẽ được 200 đô la thù lao. Đương nhiên, việc mà tôi muốn thỉnh giáo ngài là rất quan trọng”.

Den Fujita đành gác lại mọi chuyện đến gặp ông ta.

Người luật sư trong câu chuyện kể trên là Cố vấn luật cho một công ty lớn của Mỹ, ông chủ của công ty này là một người Mỹ gốc Do Thái, đang muốn hợp tác làm ăn với một công ty Nhật có trụ sở tại Tokyo, nhưng lại sợ công ty này vi phạm hợp đồng. Vì vậy, cố vấn luật của công ty đã đặc biệt tìm đến Den Fujita, nhờ ông giới thiệu cho công ty mình một người có thể giám sát việc thực thi hợp đồng của phía công ty Nhật, tiền lương dự định là 1000 đô la mỗi tháng. Công việc ấy rất nhẹ nhàng,đãi

ngộ lại rất trọng hậu, có thể thấy được mức độ xem trọng vấn đề tuân thủ hợp đồng của họ là rất cao.

Sau khi nói rõ ý định của mình, vị luật sư bén đưa hợp đồng vừa mới ký kết với phía công ty Nhật cho Den Fujita xem qua. Sau khi đọc xong bản hợp đồng, Den Fujita phát hiện thấy bản hợp đồng được viết bằng tiếng Nhật ấy còn tồn tại rất nhiều vấn đề mà một người nước ngoài rất khó nhận ra.

Nếu như ông chủ công ty người Mỹ gốc Do Thái chưa từng nghĩ đến chuyện mời một người giám sát của nước đối tác, ông ta sẽ không thể phát hiện được những lỗ hổng tiềm ẩn trong hợp đồng. Có một người Nhật giám sát, phía công ty Nhật muốn luồn lách những khe hở ấy sẽ không còn là chuyện dễ dàng. Vì vậy, việc xếp đặt một người giám sát là vô cùng quan trọng.

Hành động cẩn trọng của ông chủ người Do Thái đã giúp ông tránh được sự qua mặt của phía công ty Nhật. Sở dĩ Den Fujita đồng ý ra tay giúp đỡ, vì đều này sẽ có lợi rất

lớn cho ông. Nhận được sự tín nhiệm của người Do Thái không phải là chuyện dễ dàng. Nếu người Do Thái đã tín nhiệm ông, ông đương nhiên phải sẵn lòng giúp đỡ cho họ, đó là chuyện thường tình của con người.

Phương pháp bỏ tiền tìm người thay mình giám sát của người Do Thái rất đáng cho chúng ta học hỏi:

Thứ nhất, cách làm đó sẽ giảm bớt gánh nặng phải tự mình giám sát, việc này có thể hao tốn rất nhiều công sức, mà chưa chắc đã có hiệu quả.

Thứ hai, có thể tránh được những va chạm không hay do sự bất tín nhiệm của ta với phía đối tác.

Giao dịch chân thành, nhờ hòa khí tạo ra của cải

Văn hóa Do Thái nằm trong dòng chảy của văn hóa phương Đông, đó là thái độ xem trọng tác dụng của luân lý, nỗ lực xây dựng mối quan hệ thân thiện, lành mạnh giữa người với người. Cũng như vậy, trong hoạt động quản lý kinh doanh, người Do Thái cũng có khuynh hướng dùng luân lý đạo đức để làm tiêu chuẩn đánh giá giữa các đồng nghiệp, giữa cấp trên và cấp dưới, thậm chí mối quan hệ giữa các đối thủ với nhau. Theo cách nói của Khổng Tử thì đó là “nhân”, còn người Do Thái gọi là “luân lý nhất thần giáo”, tức nhân danh Thiên Chúa để thi hành nhân nghĩa và đạo đức.

® Kỷ sở bắt dục, vật thi ư nhân (Phàm những gì ta không muôn, chớ nên làm cho người khác)

Khi giảng về chữ “nhân”, Khổng Tử từng nói: “Cái mình muốn gây dựng, thì cũng hãy gây dựng cho người khác, cái mình muốn đạt tới, thì cũng hãy giúp người khác đạt tới”; “Điều mình không muốn người khác gây ra cho mình, thì mình cũng đừng gây

ra cho người khác". Một vị Giáo sĩ nổi tiếng người Do Thái là Sirer cũng từng rút ra cốt lõi của văn hóa Do Thái giống như vậy.

Sirer xuất thân bần hàn, dựa vào tài năng thiên phú và sự cần mẫn mà có được tri thức uyên bác. Sau khi trở thành Giáo sĩ cao cấp nhất của người Do Thái, một lần nọ, một người không phải là dân Do Thái đến gặp ông và yêu cầu ông "nói hết những kiến thức về người Do Thái, trong thời gian ông ta có thể đứng vững bằng một chân". Tuy nhiên, khi chân của người đó còn chưa kịp nhấc lên, Sirer đã thốt lên một câu:

"Không nên yêu cầu người khác làm việc mà mình cũng không muốn làm".

Câu nói ấy rõ ràng là tương đồng với câu "kỷ sở bất dục, vật thi ư nhân" mà đức Khổng Tử đã dạy cho dân tộc Trung Hoa cách đây hơn 2500 năm.

Hai dân tộc cổ xưa và ưu tú dường như đã đúc kết ra được một giá trị cốt lõi, tinh túy về văn hóa của dân tộc mình. Từ khi sinh ra cho đến khi qua đời, con người luôn phải sống trong cộng đồng xã hội. Điều này có nghĩa là, quan hệ ban đầu của con người nhất định phải là môi quan hệ tương thân tương ái, giúp đỡ và tha thứ cho nhau, hơn nữa còn được đặt trên nền tảng cảm thông, chia sẻ lẫn nhau.

"Kỷ sở bất dục, vật thi ư nhân" tự nhiên trở thành một nguyên tắc cần phải nắm bắt, ứng dụng trong mối quan hệ xử thế cảm thông với nhau.

Đương nhiên, đó chỉ là một nguyên tắc thuần phác thông thường, trong những hoàn cảnh cụ thể, cần phải vận dụng linh hoạt dựa trên tình hình thực tế.

Một ví dụ trong "Talmud" sẽ giúp chúng ta thấy rõ điểm này:

Một lần nọ, một vị Giáo sĩ mời sáu người đến thương lượng một việc quan trọng. Thế nhưng, ngày hôm sau lại có bảy người cùng đến. Trong số đó đương nhiên có một vị khách không mời mà đến. Nhưng vị Giáo sĩ cũng không có cách nào nhận ra người đó

là ai. Thế là, vị Giáo sĩ đành phải nói với mọi người: "Nếu có người nào không được mời mà tự đến, xin hãy nhanh chóng rời khỏi đây ỉ"

Kết quả, người danh tiếng nhất trong số bảy người có mặt, người mà mọi người đều biết chắc đã được mời, lại tức khắc đứng lèn, bước ra khỏi nơi họp.

Trong số bảy người có mặt nhất định phải có một người không được mời, nhưng khi đã đặt chân đến phòng họp, lại phải thừa nhận mình là người không đủ tư cách đến dự là chuyện không phải dễ dàng, đặc biệt là trước mặt nhiều người đức cao vọng trọng. Vì vậy, hành động nhượng bộ của người đàn ông danh tiếng nhất trong nhóm có thể nói là một quyết định hết sức khó khăn. Xét theo khía cạnh đó, chúng ta có thể nói, đều mà câu chuyện trên đây muốn đề xướng chính là tinh thần đạo đức "kỷ sở bất dục, vật thi ư nhân".

Có điều, người đàn ông được nhắc đến trong câu chuyện là một người có đức cao vọng trọng. Nếu là một người bình thường, ông ta có thể làm được điều này không? Vì vậy, người tự trọng không chỉ cần phải kiên trì nguyên tắc đạo đức này, mà còn phải biết cách áp dụng nó một cách chính xác trong một điều kiện không gian và thời gian thích hợp.

® Nhân sở bất dục, vật thỉ ư kỷ

Với câu chuyện trên đây, chúng ta lại một lần nữa phát hiện trí tuệ độc đáo, tinh tế của dân tộc Do Thái. Ngoài ra, chúng ta cũng thấy "kỷ sở bất dục, vật thi ư nhân" phải là một nguyên tắc dành cho cả đôi bên: một hệ thống đạo đức lý luận kiện toàn không thể chỉ yêu cầu "kỷ sở bất dục, vật thi ư nhân", mà còn phải giữ vững yêu câu "nhân *sở* bất dục, vật thi ư kỷ" (điều mà người khác không muốn làm, thì cũng đừng làm cho mình).

Không khó nhận ra, "kỷ sở bất dục, vật thi ư nhân", hàm chứa ý nghĩa thừa nhận vị trí ưu tiên của người khác, thậm chí khắc chế yêu cầu của chính mình để hòa nhịp vào trong các mối quan hệ xã hội.

Một con người không có quyền ép buộc người khác phải nhận lấy thứ mà mình không muốn nhận, và cũng không được ép mình phải nhận lấy cái mà hầu hết mọi người đều không muốn nhận. Nếu phải đối mặt với một tình huống mà cả hai đều không muốn gánh vác, thì phải giải quyết như thế nào? Bấy giờ, người nhân nghĩa sẽ xuất hiện để gánh chịu. Cách làm này có thể khiến cho người khác cảm động, kính phục, nhưng bản thân nó đã là một hành vi vi phạm "đạo đức".

Ý nghĩa đích thực của "đạo đức" là cả đôi bên đều nhận được lợi ích, chứ không phải là một bên bị tổn hại, còn một bên thì được hưởng lợi.

Tóm lại, trong việc đối đãi với người và với chính bản thân, cần phải cùng lúc tuân thủ hai nguyên tắc: "kỷ sở bất dục, vật thi ư nhân" và "nhân sở bất dục, vật thi ư kỷ". Nếu chúng ta đã không muốn bị người khác lừa dối, thì cũng không nên lừa dối người khác, đơn giản vì người khác cũng không muốn bị lừa. Cũng như vậy, trong một số tình huống nào đó, việc nói thực có thể xúc phạm hay làm tổn thương đến người khác thì cũng không nhất thiết cứ phải nói thật, mà nên chuyển thành "lời nói dối thiện ý".

Trong "Talmud" có ghi lại hai tình huống mà nhân vật có thể nói dối, hay chính xác hơn là cần phải nói dối.

Thứ nhất, nếu một người nào đó đã mua một món đồ, rồi đem tới nhờ bạn đánh giá. Bấy giờ, dù cho vật ấy không tốt, bạn cũng nên nói "thật tuyệt!".

Thứ hai, sau khi người bạn kết hôn, bạn cần phải nói dối: "Cô dâu thật là đẹp, hai bạn sẽ sống với nhau đến ngày răng long đầu bạc!". Cho dù cô dâu chẳng đẹp tí nào, thậm chí vô cùng xấu xí.

Nghĩa là có quyền được nói dối khi biết rõ người khác đã ở vào tình cảnh không thể thay đổi được nữa, nhằm mục đích lá an ủi họ, không để họ phải sầu não vì sai lầm của mình.

Hai quy định nho nhỏ ấy, đã thể hiện rất rõ khả năng quan sát và nắm bắt hết sức tinh tế của người Do Thái trong hoạt động giao tiếp. Qua đó có thể nhận ra, người Do Thái trên thực tế đã đưa ngoại diên của khái niệm "tha nhân" ra một phạm vi rất rộng, chỉ cần một vật, một việc nào đó đã được con người rót vào một lượng tình cảm nhất định, thì đều có thể xem đó là phần nối dài của "tha nhân". Tôn trọng một người nào đó, đồng nghĩa với việc phải tôn trọng tất cả mọi thứ thuộc về người đó.

Dân tộc Do Thái nổi danh trên khắp thế giới với tên gọi "dân tộc của giao ước". Đối với bản thân, người Do Thái tuân thủ nghiêm ngặt 613 điều răn mà tổ tiên đã lập nên, nhưng không có ý đặt nó lên vai những người không phải là dân Do Thái. Các vị Giáo sĩ không truyền giáo cho người không phải là dân Do Thái. Nhưng căn cứ theo quy định của "Talmud", để bảo đảm đôi bên có thể chung sống hòa bình, người không phải là dân Do Thái cũng phải chịu 7 điều ràng buộc:

1. Không ăn thịt sống của những động vật vừa mới giết.

2. Không được lớn tiếng trách mắng người khác.

3. Không được trộm cắp.

4. Phải tuân thủ pháp luật.

5. Không được giết người.

6. Không được thông dâm với người thân thích trong gia đình.

7. Không được loạn luân.

Rất rõ ràng, những điều ràng buộc trên đây không có bao nhiêu “mùi vị Do Thái”, trên cơ bản chỉ là những vấn đề thuộc phạm vi đạo đức, phong tục hoặc những quy định pháp luật mà các nước trên thế giới đều tuân thủ.

Đối với người Do Thái thì có đến 613 điều răn, còn đối với người khác thì chỉ có 7 điều. Kỳ thực, đối với mọi người, mọi dân tộc, chỉ có một điều thực sự quan trọng khi chung sống với nhau: tôn trọng lẫn nhau, tha thứ cho nhau.

Dấu chân kinh doanh của người Do Thái đã đi qua từng ngóc ngách của thị trường thế giới, tạo nên những thành quả khiến cả thể giới phải kinh ngạc. Mặc dù có lúc, người Do Thái được gọi là “côn trùng hút máu”, kẻ cho vay ăn lời cắt cổ, bị các dân tộc khác kỳ thị và tàn sát. Nhưng dân tộc đầy bản lĩnh và trí tuệ trong kinh doanh ấy vẫn đủ sức để tiếp tục sinh tồn dựa vào niềm tin và những thành công xuất sắc của mình. Bản thân điều đó cũng đã là một kỳ tích. Trên một ý nghĩa nào đó, quan niệm đạo đức tôn trọng tha nhân và giữ hòa khí tạo nên tiền của mà các thương nhân Do Thái vẫn kiên trì tuân thủ, chính là bí quyết giúp họ tiếp tục sinh tồn và phát triển trong một xã hội đầy rẫy cạnh tranh, áp lực và sự kiềm hãm, khống chế của các thế lực cường quyền.

Mua bán thành thực, không quảng cáo giả tạo

Người Do Thái có một lịch sử kinh doanh lâu đời.

Tuy nhiên, trong thời đại “Kinh Thánh”, người Do Thái vẫn sống trong một xã hội nông nghiệp, rất ít tiến hành hoạt động giao dịch, “thương nhân” vẫn còn là một danh từ xa lạ. Thời bấy giờ, người Do Thái hầu như không tiến hành mua bán, chỉ có những đạo đức thương nghiệp đơn giản như cân đo đúng lượng, không lừa dối... nhưng đã thể hiện rõ chuẩn tắc giao dịch xem trọng công bình và “chú trọng đạo lý” của người Do Thái.

Cùng với sự phát triển ngày càng mạnh của thương nghiệp, hoạt động giao dịch ngày càng trở nên phổ biến trong xã hội, “Talmud” cũng kịp thời xuất hiện, đưa ra rất nhiều quy định dối với hoạt động giao dịch thương mại của người Do Thái, và dành ra rất nhiều chương đoạn bàn luận về các vấn đề đạo đức cần phải tuân thủ trong hoạt động kinh doanh thương mại.

Trong “Talmud”, hoạt động giao dịch thương mại có một nguyên tắc đặc thù, vượt lên những chuẩn mực hành vi trong lĩnh vực sinh hoạt thường ngày. Điều này có nghĩa là, ngay đến một người thành thực nhất, cũng vẫn có thể dựa theo nguyên tắc “trong kinh doanh nói chuyện kinh doanh” để tiến hành hoạt động giao dịch.

Tuy nhiên, điều mà các Giáo sĩ nghiên cứu nhiều nhất là làm sao có thể trở thành một thương nhân đạo đức, chứ không phải trở thành những “gian thương” chỉ biết chạy theo lợi nhuận. Do đó, người Do Thái đã hình thành nên một truyền thống thương nhân cần có đầy đủ đạo đức thương nghiệp.

Trong lúc tiến hành hoạt động giao dịch, người Do Thái cho rằng, dù chưa từng nhận được bất kỳ sự bảo đảm nào trước đó, họ vẫn có quyền yêu cầu sản phẩm được mua phải có chất lượng thật tốt. Đi mua một món hàng, đồng nghĩa với việc món hàng được mua phải không có tì vết, hư hỏng. Ngay cả khi bên bán đã tuyên bố “hàng ra khỏi cửa, miễn trả lại”, nhưng một khi sản phẩm thực sự có vấn đề, bên mua vẫn có quyền yêu cầu đổi hàng. Hơn nữa, bên bán bắt buộc phải đồng ý cho đổi.

Ngoại lệ duy nhất là, bên bán đã thông báo trước khiếm khuyết của sản phẩm. Ví dụ khi bán một con lừa, người bán đã thông báo rõ cho bên mua biết là con lừa đang mắc bệnh. Nếu việc giao dịch được hoàn thành trong tình huống như vậy, bên mua sẽ không được quyền yêu cầu đổi hàng.

Vì vậy, "Talmud" quy định, khi bên bán bán ra một sản phẩm có khiếm khuyết, trước tiên cần phải nói rõ tình trạng khiếm khuyết của món hàng cho người mua. Chỉ có như vậy, quyền lợi của người mua mới được bảo đảm, tránh mua phải một món hàng giả tạo, kém chất lượng do sự sơ suất hay cố ý gian trá của người bán.

Trong quá trình hoạt động kinh doanh, người Do Thái rất chú trọng nguyên tắc "giao dịch phải nói đến đạo lý". Có thể nói, thương nhân Do Thái là những nhà kinh doanh chú trọng đến chuẩn mực đạo đức nhất trên thế giới. Ở đây, đạo lý được hiểu là sự công bình, không dối trá.

Xem trọng quảng cáo và khéo thực hiện quảng cáo chính là đạo lý kinh doanh của thương nhân Do Thái trong thời hiện đại. Tuy nhiên, trong "Talmud" lại nghiêm cấm việc sử dụng các loại hình như quảng cáo để thúc đẩy việc tiêu thụ sản phẩm của mình. Bởi người Do Thái cho rằng, trên một ý nghĩa nào đó, những hành vi quảng cáo chỉ là một chiêu thức che mắt, lừa dối người khác mua hàng hoặc tiến hành giao dịch.

Các vị Giáo sĩ cho phép người Do Thái trùm áo tơi, để tăng thêm sức hấp dẫn cho mình; cho phép người Do Thái ủi áo quần láng bóng, cũng cho phép đập, giậm y phục bằng vải bố, để chúng trở nên mỏng hơn, mềm mại hơn; cho phép người Do Thái tô màu sắc lên thân mũi tên, vẽ màu lên trên những cái giỏ - tức cho phép người Do Thái trang điểm để mình hoặc những vật dụng của mình trở nên xinh xắn, hấp dẫn hơn, nhưng lại nghiêm cấm mọi hành vi tô điểm ngụy tạo trong hoạt động giao dịch. Ví dụ, nghiêm cấm việc bôi những màu sắc khác nhau lên mình con bò khi đem nó ra

bán, và cũng phản đối việc làm cứng lông, bờm của động vật khác. Vì khi được bôi màu lên, con bò trông sẽ đẹp hơn lúc đầu; lông của các loài động vật khi được làm cứng, sẽ khiến con vật trông có vẻ to hơn bình thường. Ngoài ra, cũng không được bơm hơi vào cổ con vật hay bơm nước vào bên trong thịt để trông nó có vẻ đẹp hơn.

Ngoài ra, "Talmud" cũng ngăn cấm người bán không được kèm một lời quảng cáo hữu danh vô thực nào lên thương phẩm của mình. Ví dụ, trong các mẫu quảng cáo của Mỹ thường có những câu đại loại như "kích thước lớn nhất", "diện tích lớn nhất". Cái gọi là "diện tích lớn nhất" trên thực tế chỉ là "một diện tích nhất định nào đó" mà thôi. Cách sử dụng ngôn ngữ quảng cáo như trên, đã bị ngăn cấm từ lâu trong "Talmud".

Pháp luật Do Thái ngăn cấm quảng cáo, nhưng trên thực tế, đó chỉ là ngăn cấm quảng cáo dối trá, hoàn toàn không phản đối việc quảng cáo chính đáng để tuyên truyền sản phẩm. Câu chuyện dưới đây sẽ nói rõ hơn về vấn đề này:

Một phụ nữ nghèo sống bằng nghề bán táo. Sạp hàng của bà nằm bên cạnh nhà của một vị Giáo sĩ thuộc giáo phái Hasid. Một hôm, bà than thở với vị Giáo sĩ:

"Thưa thầy, tôi không có tiền mua những món đồ cần thiết cho ngày Sabbath [1]".

"Cồng việc bản táo của bà thế nào?".

"Mọi người nói táo của tôi không ngon, nên không ai chịu mua cả".

Vị Giáo sĩ lập tức chạy ra giữa đường hô to: "Ai muốn mua táo ngon?".

Những người đi lại trên đường lập tức vây quanh ông. Rồi dường như chẳng cần lựa cũng chẳng cần đếm, tất cả đều tranh nhau móc tiền ra mua. Một thoáng sau, số táo đã được bán hết sạch với giá cao hơn thực tế đến ba lần.

“Bây giờ bà xem”, trên đường quay trở lại nhà, vị Giáo sĩ nói với người phụ nữ bán táo, “Táo của bà là ngon nhất đấy! Tất cả chỉ vì mọi người không biết đó là táo ngon”.

Qua câu chuyện có thể thấy, người Do Thái không hề phản đối việc quảng cáo. Chỉ là, trong cách nhìn của họ, tất cả đều phải được hạn định trong phạm vi của sự thành thực.

Đó chính là trí tuệ quảng cáo của người Do Thái trong hoạt động kinh doanh thương mại.

Giao ước với Thiên Chúa, lấy "Thánh Kinh" làm đảm bảo

Có hai người đàn ông đến gặp một vị Giáo sĩ, một người nói:

“Anh bạn này của tôi là một người vong ân bội nghĩa. Lúc trước anh ta có việc cần gấp, tôi đã không ngần ngại cho anh ta mượn một số tiền lớn. Không ngờ đến kỳ hạn phải trả như đã thỏa thuận, anh ta lại nói chỉ mượn có 200 ngàn đồng, nhưng trước đây rõ ràng tôi đã cho anh ta mượn đến 500 ngàn đồng”.

Người kia lập tức phân minh:

“Tôi mượn anh ta có 200 ngàn đồng, anh ta lại cứ một mực nói là 500 ngàn đồng. Cả người cho vay ăn lời cắt cổ cũng không hành động giống như vậy”.

Đôi bèn cứ cương quyết là mình đúng, không bên nào chịu thua bên nào.

Vị Giáo sĩ bắt đầu nói chuyện lần lượt với từng người, sau đó ba người lại đối mặt với nhau. Vị Giáo sĩ chậm rãi nói:

“Sáng sớm ngày mai, hai người các anh hãy đến đây để nghe tôi phán quyết”.

Sau khi hai người rời đi, vị Giáo sĩ trở vào phòng và suy nghĩ: nếu người đàn ông nói chỉ mượn 200 ngàn đồng là có ý trốn nợ, anh ta hoàn toàn có thể nói mình chẳng mượn đối phương một đồng nào cả. Còn người đàn ông kia, nếu đã không bỏ ra cho đối phương mượn 500 ngàn đồng, thì tại sao lại cứ một mực khẳng định người kia chỉ mượn 500 ngàn đồng mà không phải là 700 hay 800 ngàn ?

"Talmud" có dạy: "Một người nói dối sẽ nỗi dối đến cùng. Một người chấp nhận nói dối một vài điều bất lợi cho mình, lời nói của anh ta sẽ dễ được người khác tin hơn. Hơn nữa, bèn trong nhất định sẽ có đôi phần thành thực. Khi hai đương sự đối mặt tranh luận với nhau, mức độ nói dối sẽ giảm nhẹ đi.

Vị Giáo sĩ lại suy nghĩ: nếu người mượn tiền ban đầu đã mượn 500 ngàn đồng, nhưng đến kỳ hạn phải trả, trong tay chỉ có 200 ngàn đồng, nên cứ một mực nói rằng chỉ mượn 200 ngàn đồng, khả năng ấy là có thể xảy ra. Một khả năng khác là: chủ nợ nhất thời hồ đồ, nhớ lầm 200 ngàn thành 500 ngàn.

Vị Giáo sĩ lại một lần nữa hỏi riêng người mượn tiền:

"Có thật là anh chỉ mượn 200 ngàn đồng hay không?".

Người mượn tiền gật đầu một cách cương quyết.

Vị Giáo sĩ ngồi trầm tư không nói, một lát sau lại hỏi tiếp anh ta:

"Người cho anh mượn 500 ngàn đồng là một cự phú, ông ta chẳng cần đến số tài sản không thuộc về mình, và cũng chẳng lưu tâm đến số tiền 300 ngàn đồng nhỏ nhặt ấy. Có điều, nếu bây giờ lại có một người khác vì một lý do nào đó cần mượn tiền ông ta, ví dụ như phải trở về Israel, thì chỉ vì sự bội tín của anh mà ông ta sẽ không cho người đó mượn tiền nữa. Anh nghĩ, trong trường hợp đó, anh có còn cương quyết là mình chỉ mượn 200 ngàn đồng hay không'?".

Người mượn tiền vẫn cương quyết lập trường của mình.

Vị giáo sĩ lại hỏi dồn thêm một bước:

"Anh có dám đến Thảnh đường, đặt tay trên cuốn "Kinh Thánh" mà thề chỉ mượn 200 ngàn đồng hay không?".

Người mượn tiền đột nhiên cúi đầu thừa nhận, rằng mình đích thực đã mượn đến 500 ngần.

Đối với người ngoại tộc mà nói, đây là một điều không dễ lý giải, nhưng đối với người Do Thái, đến Thánh đường, dặt tay trên "Kinh Thánh" mà thề là việc nghiêm túc, trọng đại không gì sánh bằng. Trước mặt "Kinh Cựu Ước" và Thiên Chúa, nói dối mà mặt không biến sắc, tim không đập dồn, có lẽ chỉ bọn tội phạm chuyên nghiệp mới có thể làm được.

Trong tình huống thông thường, khi đặt tay trên cuốn kinh thánh, có đến hơn 99,7% người Do Thái không dám nói dối.

Không trốn tránh, trách nhiệm của mình phải tự mình gánh vác

Giáo lý Do Thái phản đối người Do Thái từ bỏ trách nhiệm và nghĩa vụ của mình.

Một vị Giáo sĩ đã nói: "Việc tốt có thể chia nhau hưởng thụ. Nhưng trách nhiệm của mình nhất định phải tự mình gánh vác".

Bất luận là dồn đẩy cho người, hay đổ lỗi cho hoàn cảnh, trách nhiệm của mình vẫn còn chứ không thể biến mất. Vì vậy, người Do Thái thường không đổ trách nhiệm cho người khác, mà luôn tự mình tìm hướng giải quyết.

Con người là trung tâm của thế giới, không thể hoàn toàn gạt bỏ chính mình, đương nhiên cũng không thể gạt bỏ toàn bộ trách nhiệm của mình. Chỉ cần còn một ngày tồn tại, con người vẫn phải có trách nhiệm với ngày ấy. Cho dù có thể đẩy một nửa trách nhiệm cho hoàn cảnh, bản thân vẫn phải gánh vác nửa phần trách nhiệm còn lại.

Thiên Chúa nói với sứ thần Gabriel: "Hãy đi, dùng mực đen đánh dấu lên trán những con người chính trực kia. Như thế, thiên thần hủy diệt sẽ không sát hại họ. Hãy dùng máu đánh dấu lên trán những con người gian ác kia, thiên thần hủy diệt sẽ đến tiêu diệt chúng".

Bấy giờ, Chính Nghĩa cất tiếng hỏi: "Kính thưa vua vũ trụ! Hạng người thứ nhất và hạng người thứ hai có gì khác nhau'?".

"Hạng người thứ nhất là những con người tốt hoàn toàn". Thiên Chúa trả lời, "Hạng người thứ hai là những kẻ xấu hoàn. toàn".

"Kính thưa vua vũ trụ!", Chính Nghĩa lại lên tiếng, "Người chính trực có sức mạnh phản khảng lại hành vi của người khác. Nhưng họ lại không làm như vậy".

"Ngươi biết rằng", Thiên Chúa nói tiếp, "Dù cho họ có phản kháng, những kẻ gian ác cũng sẽ không nghe lời họ".

"Kính thưa vua vũ trụ!", Chính Nghĩa lại thưa, "Ngài đã biết những kể gian ác se không thay đổi, nhưng những người chính trực kia có biết được đều đó hay không?".

Do người chính trực không có ý phản kháng, Thiên Chúa ben thay đổi ý định, không tách họ ra khỏi những kẻ gian ác nữa.

Đó là cách xử trí của Thượng Đế đối với một kẻ vứt bỏ trách nhiệm của mình.

Từ bỏ trách nhiệm của mình, Thượng Đế sẽ không tha thứ. Vì vậy, trong cuộc sống hiện thực, người Do Thái không bao giờ trốn tránh trách nhiệm của mình. Để gánh vác trách nhiệm, họ thậm chí có thể chấp nhận khuynh gia bại sản, hi sinh tính mạng.

Chính từ lối sống đó mà người Do Thái đã trở nên hết sức chú trọng đến vấn đề thành tín đối với người khác và xem trọng hợp đồng trong kinh doanh.

Trong mắt của người Do Thái, con người không thể vĩnh viễn trốn tránh trách nhiệm. Tự mãn, tự lừa dối mình thì dễ, nhưng không thể nào thoát được ánh mắt xoi mói của người đời. Vì vậy, trách nhiệm của mình, nhất định phải tự mình gánh vác.

Một thương nhân Do Thái nhận được đơn đặt hàng của một công ty có trụ sở tại Chicago, đặt mua 30 ngàn bộ dao nĩa. Hai bên thỏa thuận thời gian giao hàng sẽ là ngày 1 tháng 9. Để có thể giao hàng đúng hẹn, ông phải chuyển hàng đi vào ngày 1 tháng 8 bằng đường biển. Tuy nhiên, do một vài sự cố ngoài ý muốn, ông đã không thể sản xuất đủ 30 ngàn bộ dao nĩa trước ngày 1 tháng 8. Ông rơi vào một tình thế khó xử, nhưng vẫn không có ý định gởi thư cho công ty đối tác để xin kéo dài thời gian giao hàng và bày tỏ lời xin lỗi, vì đây là hành động vi phạm hợp đồng, không phù hợp với luật pháp thương mại của người

Do Thái, hơn nữa còn là cách làm trốn tránh trách nhiệm. Kết quả là vì đến gần cuối tháng 8 mới sản xuất đủ hàng, ông đã phải bỏ ra một số tiền rất lớn thuê một chiếc máy bay chở 30 ngàn bộ dao nĩa để giao hàng đúng thời hạn, chịu tổn thất 10 ngàn đô la.

Không trốn tránh, trách nhiệm của mình nhất định phải do chính mình gánh vác, đó là một nguyên tắc đối nhân xử thế của người Do Thái. Và cũng nhờ vào nguyên tắc này, người Do Thái mới có được uy tín vang dội trên toàn thế giới.

Chú Thích:

---

1. Ngày chủ nhật của người Do Thái

Sa-Đéc, Nov 1, 2015

Chương III Trí Tuệ Trong Kinh Doanh Còn Đáng Giá Hơn Vàng

Trí tuệ là chiếc chìa khóa vàng mở ra cánh cửa giàu có

Có một câu nói thường được mọi người nhắc đến khi nói về thành công của thương nhân Do Thái trong thời hiện đại: "Tài sản của người Mỹ nằm trong túi của người Do Thái, tài sản của người Do Thái nằm trong não của họ". Chúng ta có thể nghi ngờ về mức độ chính xác của vế đầu, nhưng dùng vế sau để giải thích và so sánh trí tuệ cùng sự thông minh của người Do Thái trong hoạt động kinh doanh là hoàn toàn xác đáng.

Nếu bạn hỏi người Do Thái điều gì là quan trọng nhất, câu trả lời chắc chắn sẽ là "trí tuệ". Tri thức đương nhiên quan trọng, nhưng nó chỉ là thứ được dùng để rèn luyện trí tuệ. Trí tuệ là tài sản theo bạn suốt đời, nó sẽ luôn luôn trợ giúp, bảo vệ bạn. Còn tri thức lại không như vậy, nó có thể mang đến cho bạn vận may, mang đến sự giàu có, nhưng nó không thể làm được điều này mãi mãi, VÌ nó sẽ trở nên cằn cỗi, lạc hậu cùng với sự biến đổi của thời gian. Vì vậy, cần phải không ngừng tìm kiếm những

nguồn tri thức mới. Trí tuệ là của cải đáng giá hơn cả tiền bạc.

Trong xã hội Do Thái, phần lớn mọi người đều cho rằng một vị học giả luôn vĩ đại hơn một vị quốc vương, học giả mới là trung tâm tôn kính của mọi người.

Bằng trí tuệ kinh doanh đáng kinh ngạc, các thương nhân Do Thái đã trở thành những con tàu tiên phong trong biển rộng kinh doanh đầy phong ba bão táp. Họ tôn

trọng tri thức, khao khát học tập, xem trọng giáo dục, tôn sùng trí tuệ. Tất cả những yếu tố đó đã giúp họ có được một nền tảng tinh thần và một tố chất văn hóa trác việt. Đó chính là lý do giúp cho thương nhân Do Thái trở thành những ông chủ lớn trong giới kinh doanh hiện đại. Có điều, muốn chuyển hóa tri thức thành của cải, còn cần phải có một bản lĩnh hơn người. Bản lĩnh hơn người đó chính là ngộ tính, là trí tuệ của con người. Người Do Thái xem tri thức là của cải, nhưng càng xem trọng trí tuệ hơn nữa, vì nó chính là chiếc chìa khóa vàng mở ra cánh cửa hạnh phúc và của cải.

Người Do Thái xem trọng của cải là điều ai ai cũng biết. Họ luôn có một động lực mạnh mẽ trong việc tìm kiếm của cải và tiền bạc. Tuy nhiên, họ chưa bao giờ sa vào vũng lầy không thể cứu vớt của vật chất, mà luôn biết đối đãi với của cải, với cuộc sống bằng một thái độ ôn hòa. Đó mới thực sự là trí tuệ trong việc tìm kiếm của cải, hưởng thụ cuộc sống.

Vậy, trí tuệ của người Do Thái đến từ đâu? Họ cho rằng, trí tuệ bắt nguồn từ kinh nghiệm sống, đó là quá trình nhận thức và cảm ngộ đối với các vấn đề trong cuộc sống, đồng thời còn có mối quan hệ mật thiết với vốn tri thức. Không có tri thức, con người khó lòng có được trí tuệ. Muốn thu được tri thức, trước tiên phải tôn trọng tri thức, tìm kiếm tri thức, sau đó nỗ lực học tập, không ngừng khám phá. Học tập không những có thể thu được tri thức, mà còn có thể giúp con người luôn ở trong một trạng thái luôn luôn đổi mới, đồng thời còn có thể rèn luyện tâm trí để duy trì một sức sống dồi dào. Vì vậy, trí tuệ của người Do Thái là một ngôi nhà tinh thần được xây dựng trên nền tảng tri thức, lấy việc hoàn thiện tri thức, nâng cao tâm tính và năng lực làm mục đích.

Người Do Thái từ xưa đã có truyền thống tôn trọng tri ? thức, tôn vinh giáo dục và kính trong bậc trí giả. “Talmud” chính là hóa thân cho trí tuệ và tri thức của người Do Thái. Các vị Giáo sĩ là những người được kính trọng nhất trong xã hội Do Thái,

giáo dục được xem là một hoạt động nghiêm túc và thần thánh không kém gì việc tôn kính và phụng thờ Thiên Chúa.

Trong “Talmud” có viết: “Thà chấp nhận bán đi tất cả những gì mình có, cũng phải gả được con gái mình cho một vị học giả. Nếu cha cùng ngồi tù với một vị Giáo sĩ, kẻ làm con trước tiên phải cứu lấy vị Giáo sĩ”.

Sở dĩ người Do Thái có thể dùng trí tuệ tuyệt vời của mình để tung hoành ngang dọc trên vũ đài thế giới, đó là nhờ truyền thống hăng say tìm kiếm tri thức. Dân tộc Do Thái xem tri thức là tài sản mà họ thực sự có thể nắm trong tay. Họ có một tinh thần nhiệt thành tìm kiếm tri thức như chính lòng nhiệt thành đối với tôn giáo duy nhất của dân tộc. Tinh thần ấy đã giúp dân tộc Do Thái trở nên vượt trội trong mọi lĩnh vực của thế giới hiện đại: khoa học kỹ thuật, tư tưởng, văn hóa, chính trị hay thương nghiệp.

Cũng giống như quan điểm hiện đại, người Do Thái rất xem trọng việc đầu tư cho nguồn nhân lực, trong đó đầu tư giáo dục là nhân tố hàng đầu. Người Do Thái cảm nghiệm một cách sâu sắc: đầu tư cho giáo dục chính là đầu tư cho kinh tế, vì tri thức chính là một nguồn vốn đặc thù, nó có tác dụng phóng đại nguồn vốn của những lĩnh vực khác (đất đai, hàng hóa, tiền tệ...). Tri thức bao gồm tri thức của trí não - tức học tập, và tri thức lao động -tức kỹ năng, là loại hình đầu tư đặc thù của người Do Thái. Trong quá trình định cư hoặc di cư đến những vùng đất mới, nguồn vốn tri thức đã có một tác dụng to lớn trong việc giúp cho người Do Thái nhanh chóng tìm được một vị trí thuận lợi, nhờ đó có thể đứng vững trên đôi chân của mình, khôi phục nguyên khí và phát triển ngày một lớn mạnh.

ở bất kỳ nơi nào trên thế giới, dựa vào nguồn tri thức “có thể mang theo bên mình”, người Do Thái có thể dễ dàng chen chân vào những lĩnh vực đòi hỏi tri thức và tính năng động cao, đặc biệt là trong các lĩnh vực tiền tệ, thương nghiệp, giáo dục, khoa

học kỹ thuật, luật pháp, giải trí, truyền thông. Ở Mỹ, gần một nửa trong số các nhân vật nổi cộm của phố Wall mang huyết thống Do Thái, 30% luật sư hành nghề ở Mỹ là người Do Thái. Hơn một nửa nhân viên kỹ thuật là người Do Thái. Đặc biệt trong ngành nghề IT - công nghệ thông tin, người Do Thái luôn thể hiện được tài năng xuất sắc của mình. Người Do Thái nắm trong tay các tờ báo lớn như “Thời báo New York”, “Bưu điện Washington”, “Nhật báo phố Wall” và ba mạng lưới truyền hình lớn nhất thế giới là ABC, CBS và NBC. Chúng ta không thể không thán phục sức mạnh tri thức thần bí của người Do Thái - chính tri thức đã tạo ra một nguồn sức mạnh khổng lồ, cứu vớt và phục hưng một dân tộc vừa cổ xưa lại vô cùng mới mẻ như dân tộc Do Thái.

Chúng ta nhất định sẽ thắc mắc: vì sao ở các dân tộc khác, tri thức lại không phát huy được tác dụng to lớn và sâu sắc như nó đã phát huy trong dân tộc Do Thái? Chúng ta thậm chí còn muốn biết: dân tộc Do Thái đã làm cách nào để duy trì lâu dài được sức hấp dẫn của tri thức, đồng thời còn có thể giữ lấy cái cũ, tiếp thu cái mới, không ngừng phát triển?

Đáp án chính là có hay không có tinh thần cầu tìm tri thức!

Trong Do Thái giáo, cần mẫn hiếu học không chỉ là một phẩm chất tốt đẹp đứng sau việc tôn kính Thiên Chúa, mà còn là một bộ phận hợp thành trong nghĩa vụ tôn kính Thiên Chúa. Tinh thần ham học hỏi như một nhu cầu tôn giáo đã ăn sâu vào trong văn hóa thương mại, chuyển hóa thành tinh thần thực sự cầu thị và ý thức sáng ; tạo không biết mệt mỏi của người Do Thái. Với tinh thần ; Cần mẫn, họ đã tích lũy được một nguồn tri thức phong : phú trong biển học bao la, đồng thời còn phát huy được tác dụng to lớn của việc bồi dưỡng trí tuệ và mưu lược đặc biệt của mình.

Sở dĩ học tập là một điều thiện, vì bản thân nó là ngọn nguồn của mọi đạo đức cao đẹp nhất.

Maimonides, nhà triết học Do Thái thế kỷ thứ 12, “Aristoste” của dân tộc Do Thái, con người tinh thông y học, toán học đã nhận định rõ học tập là một nghĩa vụ:

“Mỗi người Israel đều phải nghiên cứu “Torah”. Thậm chí đến một kẻ ăn xin sống lang thang đầu đường xó chợ, một người đã già cả lẩm cẩm, cũng phải dành ra một thời gian để nghiên cứu nó”.

Truyền thống học tập đó đã thấm sâu vào trí tuệ độc đáo của người Do Thái, đồng thời còn kích thích cho nguồn trí tuệ ấy ngày càng vươn cao, ngày càng lan tỏa.

Người Do Thái dã thể hiện một tinh thần cầu tìm tri thức triệt để. Hiểu biết hời hợt là điều mà họ ghét nhất. Bất kể chuyện lớn hay nhỏ, người Do Thái không bao giờ có thái độ “vờ như đã hiểu” hay “không cần hiểu rõ”, mà luôn luôn sẽ là “không biết phải hỏi”, hơn nữa còn “không thẹn khi hỏi người dưới”; không bao giờ xem hỏi là “nhục” mà xem hỏi là “vinh”. Tinh thần ham học hỏi ấy đã giúp họ tích lũy được một nguồn tri thức ngày càng phong phú, trở thành một dân tộc ưu tú, có học thức uyên bác, có đủ năng lực để tung hoành trên thế giới.

Tài sản duy nhất không thể cướp được là trí tuệ

Một bà mẹ người Do Thái từng hỏi con trai mình:

“Nếu một ngày nào đó, căn phòng của con bị thiêu rụi, tài sản bị cướp sạch, con sẽ mang theo cái gì để chạy'?”.

Câu hỏi ấy đã bao hàm cả lịch sử đầy máu và nước mắt của dân tộc Do Thái.

Đáp án của hầu hết các đứa trẻ sẽ là “tiền”, “vàng” hoặc “kim cương”.

Người mẹ lại hỏi thêm:

“Có một thứ không có hình dạng, màu sắc, mùi vị, con có biết đó là vật gì không?”

Đứa trẻ trả lời:

“Là không khí”.

Người mẹ nói:

“Không khí đương nhiên quan trọng, nhưng nó không hề thiếu. Con trai, vật mà con phải mang theo không phải là tiền, không phải là kim cương, mà chính là ‘tri thức’. Vì ‘tri thức’ là vật không ai có thể cướp được. Chỉ cần con còn sống, ‘tri thức’ sẽ vĩnh viễn theo con, bất luận đi đến nơi đâu, con cũng sẽ không đánh mất nó”.

“Tri thức” chính là trí tuệ, là sự cảm thụ đối với thế giới, sự nhận thức đối với đời sống. Lòng tôn sùng tri thức của người Do Thái có thể nói đã đạt đến một trình độ không thể cao hơn nữa.

“Một người đang đi trên đường, nếu phát hiện thấy một cuốn sách chưa từng xem qua, anh ta nhất định sẽ mua nó, mang về nhà và cho mọi người cùng thưởng thức”.

“Cuộc sống đầy cơ cực khốn khổ, không thể không cầm cố vật dụng để sống qua ngày. Vật đầu tiên mà bạn nên bán là vàng, kim cương, căn nhà và đất đai. Cho đến thời ị khắc cuối cùng, cũng không được bán đi bất kỳ một cuốn ; sách nào”.

“Dù đó là kẻ thù, nhưng khi anh ta đến mượn bạn sách, bạn cũng phải cho anh ta mượn. Nếu không, bạn sẽ trở thành kẻ thù của tri thức”.

“Biến sách vở thành bạn của bạn, biến giá sách thành tòa án của bạn. Bạn phải vui mừng trước vẻ đẹp của sách vở. Hái lấy những quả chín của nó, ngắt lấy những đóa hoa của nó”.

Pháp điển Do Thái quy định: Có người đến mượn sách, người nào không cho anh ta mượn sách sẽ bị phạt tiền. Ngoài ra, gia đình Do Thái còn có một truyền thống: tủ sách phải được đặt *ở* đầu giường chứ không được đặt ở cuối giường. Không tôn trọng sách vở là một thái độ tuyệt đối không được chấp nhận.

Trong xã hội Do Thái, hầu hết mọi người đều cho rằng một vị học giả vĩ đại hơn một quốc vương, học giả mới là trung tâm tôn kính của mọi người. Qua đó có thể nhận thấy người Do Thái xem trọng tri thức đến mức nào. Có điều, người Do Thái xem trọng tri thức, nhưng không chỉ dừng lại *ở* tri thức, mà luôn muốn vươn đến giới hạn của trí tuệ. Những người "tri thức đầy bụng", nhưng lại khống biết vận dụng tri thức là thiếu trí tuệ. Những con người đó thường được ví von với bành ảnh của một "con lừa cõng trên lưng quá nhiều sách vở". Tri thức phải được dùng ở mặt đúng của nó, tri thức tồn tại là để rèn luyện trí tuệ. Những người chỉ biết "đọc sách chết" hay "đọc chết sách" là hành động "ăn hoài không tiêu", chẳng hơn gì đặt sách trên kệ mà chẳng bao giờ buồn lật ra xem, chỉ lãng phí thời gian vô ích mà thôi.

Một lần nọ, trên một chiếc thuyền, tất cả hành khách đều là những người giàu có, ngoại trừ một vị Giáo sĩ.

Những người giàu có tụ tập lại một nơi, người này kể nọ thi nhau khoe khoang tài sản của mình. Sau một hồi lắng nghe, vị Giáo sĩ bèn lên tiếng:

"Theo cách nhìn của tôi, tôi mới chính là người giàu có nhất. Có điều, bây giờ tạm thời không cần phô bày sự giàu có của tôi cho các vị xem".

Giữa cuộc hành trình, chiếc thuyền bị bọn hải tặc tấn công, tất cả tài sản của những người giàu có đều bị cướp sạch. Sau khi bọn cướp bỏ đi, phải khó khăn lắm chiếc thuyền mới cập được vào một vùng đất xa lạ.

Vị Giáo sĩ học vấn uyên thâm lập tức nhận được sự hoan nghênh của nhân dân trong vùng. Ông bắt đầu mở lớp, nhận học trò.

Không lâu sau, vị Giáo sĩ gặp lại những người giàu có trước đây đã đi cùng thuyền với mình, tất cả đều rơi vào tình cảnh thè thảm, đói rách. Bấy giờ, trông thấy vị Giáo sĩ được mọi người tôn kính, họ mới hiểu ra "của cải" mà ông đã nói ngày trước. Tất cả đều cảm khái thốt lên:

"Ngài đã hoàn toàn đúng, người có học thức sẽ có được một tài sản không bao giờ tận".

Qua câu chuyện ấy, người Do Thái đưa ra kết luận:

"Vì tri thức không bị cướp đoạt và có thể mang theo bên mình, nên, giáo dục là tài sản quan trọng nhất của nhân loại".

Kết luận trên của người Do Thái là hết sức trực quan, hết sức thực tế. Trong xã hội ngày nay, tri thức chính là của cải, trình độ tiếp thu giáo dục (học vấn) tỉ lệ thuận với mức thu nhập gần như đã trở thành một quy luật hiển nhiên (ngoại trừ một số nơi cá biệt).

Trong một thời gian tương đối dài, người Do Thái luôn đặt mình trong đêm trước của "cuộc vượt biển", mình buộc hành trang, sẵn sàng lên đường mọi lúc. Hơn nữa, trước khi lên đường, còn thường gặp phải những trận cướp bóc. Họ không thể mang theo bất động sản, có thể mang theo tiền bạc, nhưng thường đều bị cướp hết. Vật duy nhất không bị người khác cướp đoạt, có thể mang theo bên mình trong cuộc hành trình đó chính là tín ngưỡng, tri thức và trí tuệ của họ.

Sau nhiều thế kỷ phân tán, sở dĩ người Do Thái có thể nhanh chóng tìm được một vị trí cạnh tranh ưu thế, khôi phục nguyên khí, đứng vững trên đôi chân của mình,

thậm chí phát triển hưng thịnh, là do tác dụng to lớn của "nguồn vốn đầu tư" tri thức này. Đất nước Israel của họ sở dĩ có thể phát triển mạnh mẽ trong một thời gian hết sức ngắn ngủi, trên một ý nghĩa nào đó, cũng là do tác dụng của "nguồn vốn đầu tư" này.

Tài nguyên của Israel hết sức nghèo nàn, đã thiếu nước lại không có dầu mỏ. Tuy nhiên, nguồn tài nguyên con người của Israel lại vô cùng hùng hậu. Chỉ trong vòng 10 năm trở lại đây, thông qua con đường di dân, một đội ngũ rất lớn nhân tài Do Thái từ các quốc gia Âu Mỹ và Nga đã đổ về quốc gia nhỏ bé này. Họ trở về mang theo nguồn tri thức, kỹ thuật cũng như sở trường đặc biệt, giúp cho Israel ngay từ ngày lập quốc, đã nhanh chóng trở thành quốc gia có trình độ giáo dục cao nhất thế giới. Đến nay, Israel đã trở thành một quốc gia có dư đội ngũ giáo viên và bác sĩ. Với địa thế tiếp giáp sa mạc, chỉ 5% dân số là nông dân, mà Israel đã có đủ nguồn lương thực cho cả nước, thậm chí còn dư thừa cho xuất khẩu.

Tri thức quý giá hơn của cải. Đó là một trong những nguyên nhân khiến người Do Thái xem trọng giáo dục hơn các dân tộc khác, giúp họ trở thành dân tộc ưu tú nhất trên thế giới, đồng thời còn là biểu hiện cho trí tuệ kiệt xuất của dân tộc này.

Cơ trí là nguồn vốn độc đáo của ngươi Do Thái

Có một câu chuyện về sự cơ trí của người Do Thái:

Một phú ông người Do Thải lâm trọng bệnh, giờ chết đã gần kề, bền cho người đến ghi lại lời di chúc của ông:

"Tôi sẽ để lại toàn bộ tài sản của tôi cho người nô bộc trung thực sẽ đưa tờ di chúc này đến chỗ của Giáo sĩ. Riêng đứa con trai của tôi sẽ được lựa chọn một vật trong số tất cả tài sản mà tôi để lại".

Không lâu sau, phú ông người Do Thái qua đời, người nô bộc được thừa hưởng toàn bộ tài sản. Anh ta hớn hở mang tờ di chúc đến gặp vị Giáo sĩ, sau đó cùng vị Giáo sĩ đến gặp con trai của phú ông.

Vị Giáo sĩ nói với người con trai:

"Cha anh đã để lại toàn bộ tài sản cho người nô bộc này, anh chỉ được quyền lựa chọn một món đồ duy nhất mà cha để lại. Anh hãy tự mình chọn lấy đi nào!"

Người con trai trả lời một cách không do dự:

"Tôi chọn người nô bộc này'".

Vậy là, người con trai vừa có được người nô bộc, lại được quyền thừa kế toàn bộ tài sản của người cha để lại.

Phú ông trong câu chuyện hết sức thông minh. Do người con trai không thể có mặt khi mình sắp chết, ông mới nghĩ ra kế sách này, để tránh khả năng tên nô lệ có thể đoạt lấy tài sản của mình, mà không báo cho đứa con trai biết. Đúng là "hổ phụ sinh hổ tử", con trai ông cũng là một người rất thông minh. Vị Giáo sĩ trong câu chuyện cũng hết sức cơ trí, ông không trực tiếp nói ra ý nghĩa ẩn trong tờ di chúc, nhờ đó giữ được bí mật cho phú ông.

Một thương nhân Do Thái đến một thành phố nọ để buôn bán. Ông được biết, tất cả sản phẩm ở đây sẽ được đưa ra bán đấu giá trong vài ngày tới, nên đã quyết định nán lại chờ đợi. Có điều, ông đang mang theo bèn mình rất nhiều tiền bạc, ở đây lại không có ngân hàng, đề trong khách sạn cũng không an toàn.

Sau nhiều lần suy nghĩ, ông tỉm đến một chỗ vắng vẻ rồi đào một cái hố chôn tiền xuống dưới. Tuy nhiên, khi trở lại đó vào ngày hôm sau, ông phát hiện toàn bộ số tiền của mình đã biến mất. Người thương nhân cứ đứng sững sờ ở đó, không ngừng nghĩ

lại tình cảnh lúc chôn tiền. Lúc đó chung quanh không có một bóng người. Ông nghĩ mãi vẫn không biết số tiền của mình đã biến mất đằng nào.

Trong lúc đang buồn bã, ngẩng đầu trồng lên, ông vô tình phát hiện thấy một ngôi nhà cách đó khá xa. Rất có thể chủ nhân của ngôi nhà đó đã nhìn thấy toàn bộ quá trình chôn tiền của ông, sau đó nổi lòng tham mà đến đào trộm. Làm sao mới có thể lấy lại được tiền đây ?

Sau khi suy nghĩ cẩn thận, ông bèn đến gặp chủ nhân của ngôi nhà kia, lịch sự trình bày:

"Ong sống ở thành phố, đầu óc chắc là rất thông minh. Nay tôi có một việc muốn thỉnh giáo ông, không biết có được hay không V'

Người kia nhiệt tình đáp:

"Đương nhiên là được".

Thương nhân Do Thái nói tiếp, "Tôi là người ở vùng khác đến đây làm ăn, có mang theo hai túi tiền, một túi đựng 800 đồng, một túi đựng 530 đồng. Tôi đã lén dấu túi tiền ít hơn ở một nơi không người trông thấy, còn túi tiền lớn, không biết nên trao cho một người đáng tin bảo quản, hay là đem chôn thì sẽ an toàn hơn?"

Người kia liền đáp, "Ông mới đến đây làm ăn, bất kể người nào cũng đều không đáng tin, tốt nhất là hãy chôn túi tiền lớn ở chỗ đã chôn túi tiền nhỏ đi vậy!"

Đợi thương nhân Do Thái đi rồi, người đàn ông tham lam kia lập tức lấy ra túi tiền vừa trộm được, hối hả chạy đi chôn lại chỗ củ. Người Do Thái núp ở một nơi gần đấy đã trông thấy toàn bộ sự việc, hớn hở mừng thầm. Đợi người đàn ông tham lam bỏ đi rồi, ông lập tức đào số tiền lên và mang đi mất.

Cách mà thương nhân Do Thái dùng để lấy lại số tiền vốn đã rơi vào trong tay kẻ khác thật là cao minh. Ông biết rõ lòng tham của con người là vô hạn. Nếu muốn tên trộm trả lại số tiền, cách duy nhất là kích thích lòng tham của hắn tăng lên thêm nữa. Cơ trí của thương nhân Do Thái chính là ở điểm đó.

Mượn tiền là một chuyện hết sức bình thường trong hoạt động kinh doanh. Nhưng sau khi quan hệ vay mượn dược thiết lập, chủ nợ sẽ cảm thấy lo lắng, hay người mượn sẽ lo lắng? Người Do Thái đã xác định rằng: nhất định là bên chủ. Điều này hoàn toàn phù hợp với tình hình thực tế trong xã hội hiện đại. Các thương nhân Do Thái rõ ràng rất hiểu đạo lý này. Hơn nữa, họ còn có những "tuyệt chiêu" trong việc đòi nợ.

Cửa hàng thời trang Meisai, đã mua từ cửa hàng vải Kala số vải trị giá 1400 đô la, nhưng mãi vẫn chưa thanh toán sổ sách. Kala mấy lần cho người đến đòi tiền, phía bên Meisai đều tìm cách tránh né không gặp. Nhiều lần gởi thư đến, Meisai vẫn không trả lời. Kala cũng đành bó tay.

Bấy giờ, một người bạn Do Thái của Kala đã chỉ cho ông một kế:

"Anh cứ viết một lá thư đòi nợ gởi cho Meisai, yêu cầu ông ta nhanh chóng hoàn trả số nợ 2000 đô la, xem ông ta phản ứng thế nào".

Thật hữu hiệu, bức thư của Kala vừa gởi đi được ba ngày đã nhận được thư trả lời của Meisai. Trong thư viết:

"Cái đầu bã đậu của anh đã xuất hiện vấn đề rồi phải không? Rõ ràng tôi chỉ nợ anh số hàng trị giá 1400 đô la, sao anh lại có thể ngang ngược đòi tôi 2000 đô la kia chứ. Nay tôi gởi kềm theo bức thư này 1400 đô la. Từ nay về sau sẽ không bao giờ làm ăn với bên anh nữa. Muốn kiện ra tòa hả? Dám chắc là anh sẽ thua thôi!".

Đây là một đòn “tâm lý chiến” lấy công làm thủ. Kala vốn dĩ đang bị động, chỉ cần đối phương cứ tránh né, ông ta sẽ không có biện pháp nào lấy lại được tiền. Kiện ra tòa thì lại không đáng. Sở dĩ Meisai cứ tìm cách tránh né không gặp, mục đích chính là trì hoãn việc trả nợ, chứ không có ý ăn quỵt đối phương. Nay số tiền nợ 1400 đô la đột nhiên trở thành 2000 đô la, “sự cố” ấy khiến ông ta không thể không viết thư giải thích. Nếu không, một khi thực sự kéo nhau ra tòa, ông ta phải gánh chịu hậu quả còn đau hơn nữa. Như vậy, từ chỗ bị động, nhờ vào mưu kế “lấy độc trị độc” của người bạn Do Thái, trong phút chốc Kala đã trở thành người chiếm ưu thế. Để tránh những phiền phức lớn hơn, Meisai chỉ còn cách là nhanh chóng hoàn lại đầy đủ số tiền đã thiếu.

Thương trường là chiến trường, là biển cả đầy sóng gió. Đối mặt với tình thế khó khăn, làm sao có thể thung dung ứng phó? Đối mặt với hiểm nguy thử thách, làm sao có thể dùng cơ trí để hóa giải? Đó là những tố chất, là bản lĩnh mà một thương nhân thành công tất yếu phải trang bị cho mình.

“Nho thương ”Do Thái -Những con người học thức uyên bác

® Thương nhân phải có học thức uyên bác

Sống cùng với người Do Thái, bạn sẽ nhanh chóng phát hiện, người Do Thái quả thực có một trí tuệ tuyệt vời. Người Do Thái rất thích nói chuyện, bàn luận về mọi mặt đời sống xã hội. Từ những vấn đề trọng đại như tình hình chính trị thế giới, sự sinh tồn của con người; những vấn đề nhỏ nhặt như vui chơi, lễ tết; thể dục thể thao; bất luận là kinh tế, chính trị, pháp luật, lịch sử, hay những vấn đề trong cuộc sống thường nhật, họ đều có thể thao thao bất tuyệt, bàn luận thấu đáo. Với một nguồn tri thức

phong phú, người Do Thái thật sự khiến cho các dân tộc khác trên thế giới phải kính phục.

-A^'83

Chính, nhờ vào nguồn tri thức phong phú, hoạt động kinh doanh thương mại của người Do Thái mới có thể vững vàng đứng ở vị thế tiên phong trên thương trường. Trong mắt họ, tri thức và tiền bạc tỉ lệ thuận với nhau. Chỉ có nắm bắt tri thức, đặc biệt là tri thức nghề nghiệp, mới có thể tiến thẳng tới đích, nhanh chóng kiếm được nhiều tiền hơn nữa.

Thương nhân Do Thái cho rằng: có được tri thức phong phú về mọi mặt, đó là tố chất căn bản cần thiết đảm bảo cho thương nhân có thể kiếm được lợi nhuận trên thương trường.

Chỉ có học thức uyên bác mới đem đến cho bạn một cái nhìn xa rộng. Mà đối với một thương nhân, điều này sẽ giúp đưa ra một phán đoán chính xác, hành động đạt được hiệu quả. Trong cách nhìn của người Do Thái, một người chỉ có thể quan sát sự vật từ một góc độ hạn hẹp, không những không đủ tư cách làm một thương nhân, mà còn không đáng được xem là một con người đúng nghĩa.

Một thương nhân kinh doanh kim cương người Do Thái đã hỏi một người bạn cùng làm ăn với ông rằng: “Anh có biết loài cá đặc trưng dưới đáy Đại Tây Dương là gì hay không?”. Tại sao thương nhân Do Thái lại hỏi như vậy?

Thương nhân Do Thái đó đương nhiên không hỏi thừa. Trong cách nhìn của ông, điều mà một thương nhân kinh doanh kim cương cần phải có là kiến thức uyên bác. Nếu anh ta có thể nắm rõ trong lòng bàn tay một vấn đề hóc búa như “loài cá đặc trưng dưới đáy biển Đại Tây Dương là gì”, thì nhất định, tri thức nghiệp vụ về kim

cương của anh ta cũng hết sức tinh tường. Hợp tác với một thương nhân như vậy, nhất định sẽ làm ăn phát đạt.

Thương nhân cần có học thức uyên bác. Đó là khẩu hiệu được người Do Thái đề ra, và cũng là nguyên tắc kinh doanh của họ. Học thức uyên bác, không chỉ có thể nâng cao năng lực phán đoán, mà còn có thể giúp cho phong độ của họ ngày một tăng thêm. Một người văn phong đạo mạo và một kẻ thô tục phàm phu cùng theo đuổi một vụ làm ăn, cán cân thành công tất nhiên sẽ nghiêng về người thứ nhất.

Kim cương là một thương phẩm đắt giá, khách hàng thường đều là tầng lớp giàu sang trong xã hội. Một thương nhân có học thức uyên bác, ngoài việc hiểu rõ thương phẩm của mình, còn phải hiểu được tâm lý của những khách hàng mà thương phẩm mình nhắm đến, nỗ lực thỏa mãn nhu cầu của họ, lựa chọn một vị trí hợp lý. Khi cần thiết, có thể tiếp đón khách hàng bằng một thái độ xã giao nhưng không mất đi phong độ, tranh thủ lấy lòng và sự tín nhiệm của khách hàng. Như vậy, công việc làm ăn đã thành công được một nửa. Tuy nhiên, nếu là một thương nhân kiến thức hẹp hòi, học thức thô lậu, vừa không biết cách trang trí cửa hiệu, tạo bầu không khí, lại không biết cách chào mời khách hàng, càng không biết cách tạo lập uy tín cho mình, ăn mặc xốc xếch, lời nói thô tục mà lại có thể kiếm được tiền thì thật là điều không tưởng.

Tuy vậy, vẫn có nhiều người không hiểu, rốt cuộc thì kim cương và học thức uyên bác có mối quan hệ ra sao? Một cửa hiệu buôn bán kim cương thành công cần phải có những điều kiện nào?

Có một thương nhân Nhật Bản nắm bắt rất tốt phương pháp kinh doanh của các thương nhân Do Thái, nhờ đó đã rất thành công trong lĩnh vực buôn bản túi xách tay dành cho nữ giới, tạo được chỗ đứng trong ngành kinh doanh phục sức. Để mở rộng phạm vi kinh doanh ông còn định đầu tư vào lĩnh vực buôn bán kim cương. Để tránh

thất bại như những người trước, ông đã tìm đến thỉnh giáo ông vua kim cương thế giới.

"Muốn thành công trong lĩnh vực buôn bản kim cương, rốt cuộc phải có những điều kiện nào?".

Vua kim cương trả lời:

"Muốn trở thành thương nhân kim cương, trước tiên phải vạch ra được kế hoạch trăm năm. Cũng có nghĩa là, chỉ dựa vào thời gian một đời của ông là chưa đủ, chí ít phải có thêm đời con của ông. Bỏ ra thời gian hai đời người thì mới ổn thỏa. Hơn nữa, trong lĩnh vực buôn bản kim cương, điều cần nhất là có được sự tín nhiệm của người khác. Đó là nền tảng không thể thiếu trong nghề kinh doanh đá quý. Vì vậy, học thức của một thương nhân buôn bán kim cương phải hết sức uyên bác, bất kể việc gì cũng phải biết".

Vua kim cương muốn thử trình độ học thức của thương nhân Nhật Bản, bền quay sang hỏi:

"Ông có biết vùng biển nước Úc có những loài cá nhiệt đới nào không?".

Thương nhân Nhật Bản không biết trả lời thế nào.

Nói buôn bán đá quý phải tốn mất thời gian hai đời người thì quá bảo thủ. Trên thực tế, muôn đạt tới trình độ học thức uyên bác, quá trình tích lũy của hai đời người cũng không thể gọi là đủ. Bản thân người Do Thái nhờ được kế thừa kinh nghiệm mấy ngàn năm của tổ tiên để lại, mới có được kiến thức uyên bác như vậy. Để thu được lòng kính trọng và tín nhiệm của mọi người, đặc biệt là các khách hàng, chỉ có một cách duy nhất là nỗ lực vươn tới trình độ học thức uyên bác.

® Học tập, nhiệm vụ của một đời người

Người Do Thái không chỉ yêu cầu bản thân không ngừng học, mà còn yêu cầu người khác cũng phải như vậy. Họ không bao giờ kết giao với những người kiến ■thức hẹp hòi, học thức thô lậu, phẩm hạnh kém cỏi.

: Kết giao với những người như vậy, có thể mang đến cho mình một vài lợi ích trước mắt, nhưng sẽ làm ảnh hưởng rất lớn đến uy tín của mình trong giới thương nhân Do Thái. Ngược lại, thường xuyên giao du với những người có học thức uyên bác, không những có thể giúp cho đôi bên cùng có lợi, mà còn có thể nâng cao uy tín của mình, tạo thuận lợi cho con đường phát triển sự nghiệp.

Có thể nói, thương nhân có được học thức là có thêm một cánh tay vô hình thúc đẩy việc kinh doanh phát triển. Thương nhân Do Thái có đầu óc kinh doanh khiến cho mọi người phải thán phục, đó là kết quả tất yếu của một dân tộc tôn trọng tri thức, say mê học tập, xem trọng giáo dục. Với "trang bị" luôn có bên mình là tri thức, các thương nhân Do Thái đã tung hoành ngang dọc trên "chiến trường" kinh tế, bách chiến bách thắng.

Tiền là do kiếm được chứ không phải do tích góp được

Tiêu chí "kiếm tiền chứ không phải là tích góp" chính là trí tuệ kinh doanh độc đáo của thương nhân Do Thái. Câu chuyện vui dưới đây sẽ chứng minh điều này:

Kalin đứng trước một công ty bách hóa, đảo mắt nhìn quanh các loại sản phẩm. Bên cạnh ông là một người đàn ông ăn mặc hết sức lịch lãm, vừa đứng vừa hút xì gà. Kahn lịch sự bắt chuyện cùng người đàn ông kia:

"Xì gà của ông rất thơm, có lẽ không phải là loại rẻ tiền đâu nhỉ?"

"Một điếu 2 đô la".

"Ông bạn... ông hút một ngày bao nhiêu điếu?"

"10 điếu".

"Trời ạ! Ông hút bao lâu rồi?"

"Tôi đã hút thuốc 40 năm nay".

"Cái gì... ông tính kỹ xem, nếu ông không hút thuốc, số tiền mà ông để dành được đã đủ để mua công ty bách hóa này rồi đấy".

"Nói như vậy, ông cũng hút thuốc à?"

"Tôi chưa bao giờ hút!"

"Thế ông đã mua được công ty bách hóa này rồi chứ?"

"Làm gì có!"

"Vậy tôi xỉn nói với ông, công ty bách hóa này chính là của tôi đấy!"

Không ai có thể nói Kahn là người kém thông minh. Một là vì ông tính toán rất nhanh, chỉ trong một chốc đã tính được mỗi điếu 2 đô la, mỗi ngày 10 điếu, số tiền hút xì gà trong 40 năm có thể mua được một công ty bách hóa. Hai là vì anh ta hiểu được đạo lý cần kiệm, tích tiểu thành đại, chưa bao giờ phung phí tiền vào những điếu thuốc vô bổ.

Tuy nhiên, không ai có thể nói anh ta có một "trí tuệ sống", vì dù không hút xì gà, anh ta vẫn không thể tích góp đủ tiền để mua được một công ty bách hóa.

Trí tuệ của Kahn là "trí tuệ chết", trí tuệ của người đàn ông kia mới đích thực là "trí tuệ sống".

Thương nhân Do Thái có truyền thống khởi nghiệp từ hai bàn tay trắng, chứ không có thói quen dựa vào những số tiền nhỏ để tích lũy thành một số vốn lớn.

Một mặt là do bôi cảnh văn hóa của người Do Thái, vốn không chịu sự bó thúc của chủ nghĩa cấm dục. Nhìn chung, Do Thái giáo xưa nay không hề đặt ra yêu cầu về phương diện này. Cuộc sông của người Do Thái cũng chưa từng phân hóa thành hai bộ phận tôn giáo và thế tục. Người Do Thái có những bài tập khổ tu trong những ngày lễ tôn giáo, nhưng sau khi kết thúc là có ngay những buổi yến tiệc linh dinh. Vì vậy, người Do Thái không bao giờ phải đặt mình vào trong một cuộc sông khổ hạnh, tất nhiên cũng không cảm thấy áy náy khi hút xì gà.

ị Mặt khác, đối với những ngành nghề tập trung khá ; nhiều thương nhân Do Thái như tiền tệ hay những ngành có tốc độ đầu tư và thu hồi vốn nhanh, điều mà họ cần quan tâm là “tiền đẻ ra tiền” chứ không phải là “con người tiết kiệm tiền”.

Những người chỉ biết tần tiện tích góp từng đồng, không thể nào có được cái khí chất mạo hiểm của thương nhân Do Thái.

Sự kết hợp của hai nhân tố trên đây, đã phản ánh rõ phương thức kinh doanh và phương thức sống của người Do Thái. Trong phương diện nghiệp vụ, thương nhân Do Thái tính toán tỉ mỉ đến mức không thể kỹ hơn, số vốn bỏ ra có thể giảm bớt một đồng thì phải giảm bớt một đồng, giá cả có thể cao hơn một chút thì phải lập tức nâng cao lên một chút, lợi nhuận phải là lợi nhuận sau khi đã bị đánh thuế, để tránh tình trạng làm công không cho thuế vụ. Nhưng về phương diện cuộc sống, chuyện hút 10 điếu xì gà 2 đô la mỗi ngày, hoàn toàn không phải là một hiện tượng gì đó hiếm hoi. Có thể lấy nam tước Moritz Hirsch, một nhà quản lý ngân hàng người Anh gốc Do Thái làm ví dụ. Cứ cách hai tuần, ông lại mở một buổi tiệc chiêu đãi các nhân vật thượng lưu tại gia trang của mình. Chưa kể những thứ khác, chỉ riêng số thú bị chủ và khách bắn chết trong những cuộc săn đã vượt mức 11 ngàn con. Và đến cả

một người tiết kiệm như Hardoon (thương nhân người Thượng Hải gốc Do Thái), mùa đông không dám đốt lò sưởi mà cũng dám bỏ ra 700 ngàn đồng bạc để tu sửa Ái Lệ Viên - hoa viên tư nhân lớn nhất bến Thượng Hải, đồng thời còn thường xuyên tổ chức những buổi "hào môn yến" tại hoa viên này.

Phương thức sống của các thương nhân Do Thái khiến cho các thương nhân Nhật Bản ngày nay cũng phải thán phục. Không nói đến những vấn đề khác, chỉ riêng chuyện thương nhân Do Thái dù bận rộn đến mức nào, vẫn luôn dành ra thời gian cho ba bữa ăn thịnh soạn mỗi ngày, hơn nữa còn kiêng kỵ nhắc đến công việc trong lúc ngồi vào bàn ăn cũng đủ khiến cho các thương nhân Nhật Bản cảm ; thấy "tủi thân".

Thực ra, thương nhân Do Thái còn trải qua một ngày chủ nhật với 24 tiếng hoàn toàn không nhắc đến công việc, thậm chí là không cần phải nghĩ đến nó. Bởi vì, Do Thái là dân tộc hiểu rõ nhất đạo lý "tâm bình thường chính là tâm trí tuệ". Bằng cách tôn trọng những nhu cầu sinh lý và tâm lý tự nhiên, Do Thái giáo đã duy trì được lòng trung thành của các tín đồ. Thương nhân Do Thái cũng dựa vào việc "tôn trọng" những nhu cầu tự nhiên của bản thân mà duy trì được một tâm lý cân bằng trong hoạt động kinh doanh. Người xưa thường nói: "Lợi làm mờ lý trí". Đối diện với vấn đề lợi nhuận (công việc), một thương nhân biết chủ động khi nào cần nắm, khi nào cân buông, mới có thể giữ cho tâm trí sáng suốt.

Trí tuệ có thể kiếm tiền chính là "Chân trí tuệ "

Do Thái là một dân tộc say mê trí tuệ, thương nhân Do Thái cũng là những thương nhân rất giỏi dùng trí tuệ giành lấy chiến thắng trong hoạt động kinh doanh. Có điều, từ "trí tuệ" cũng chỉ là một khái niệm mơ hồ, phạm vi rất lớn, định nghĩa lại không rõ

ràng. Rốt cuộc thì cái gì là trí tuệ, có thể mỗi người sẽ có một cách nói khác nhau. Vậy thì, trong cách nhìn của thương nhân Do Thái, cái gì là trí tuệ?

Người Do Thái có một câu chuyện cười, nói lên mối quan hệ giữa trí tuệ và của cải.

Hai vị Giáo sĩ ngồi nói chuyện với nhau:

"Trí tuệ và của cải, cái nào quan trọng hơn?"

"Đương nhiên là trí tuệ quan trọng hơn!"

"Nếu đã như vậy, người có trí tuệ tại sao lại phải làm việc cho người giàu có, mà người giàu có không làm việc cho người có trí tuệ? Mọi người đều thấy là các bậc học giả, triết học gia đều tranh nhau lấy lòng người giàu có, mà những người giàu có lại thường tỏ thái độ ngông cuồng đối với những người có trí tuệ..."

"Rất đơn giản, vì người có trí tuệ thì biết được giá trị của đồng tiền, còn người có tiền thì lại không hiểu được giá trị của trí tuệ!"

Cách nói của vị Giáo sĩ không thể nói là không có lý: người trí hiểu được giá trị của tiền bạc, nên mới đi làm việc cho người giàu. Người giàu nếu không biết giá trị của trí tuệ, tất nhiên sẽ có thái độ ngông cuồng trước mặt người trí. Nhưng đâu mới là điểm ý vị nhất trong câu chuyện cười trên đây? Xin thưa, nó được thể hiện trong chính cái sai lầm nội tại của vấn đề, tức sự "vô lý" trong cái được xem là "hữu lý" như đã phân tích *ở* trên: Người trí tuệ nếu đã biết được giá trị của tiền bạc, tại sao không thể vận dụng trí tuệ của chính mình để tạo ra của cải? Biết được giá trị của tiền bạc, nhưng lại chỉ có thể bán sức cho người giàu để kiếm vài đồng bạc lẻ. Trí tuệ như thế còn dùng được vào đâu, còn đáng gọi là trí tuệ?

Vì vậy, trí tuệ của các bậc học giả, triết học gia có thể cũng được gọi là trí tuệ, nhưng không phải là một "trí tuệ chân chính", bởi họ đã cam tâm biến mình và trí tuệ của

mình thành nô bộc cho tiền bạc. Một trí tuệ chỉ biết cúi đầu trước thái độ ngông cuồng của tiền bạc, làm sao có thể nói nó quan trọng hơn tiền bạc?

Ngược lại, người giàu không có được trí tuệ như bậc học giả, nhưng lại có thể điều khiển trí tuệ của những học giả thông qua tiền. Đó mới chính là "trí tuệ chân chính". Có được trí tuệ đó, không có tiền, có thể biến thành có tiền; không có "trí tuệ", có thể biến thành có "trí tuệ". Trí tuệ đó chẳng phải so với tiền bạc, so với "trí tuệ" lại càng quan trọng hơn sao?

Có điều, nếu chỉ xét trên khía cạnh đó, thì tiền bạc lại trở thành thước đo của trí tuệ, tựa như đã trở thành một nhân tố còn quan trong hơn trí tuệ. Thực ra, điều này không hề mâu thuẫn: đồng tiền "sống" (tức đồng tiền có thể sinh lợi không ngùng) thì quan trọng hơn trí tuệ "chết" (tức trí tuệ không thể tạo ra tiền); nhưng trí tuệ "sống" (tức trí tuệ có thể sinh ra tiền) nhất định phải quan trọng hơn đồng tiền "chết" (tức của cải đơn thuần, hay những đồng tiền không thể sinh thêm lợi nhuận).

Như thế, so sánh giữa trí tuệ "sống" và đồng tiền "sống", cái nào quan trọng hơn? Bất luận diễn dịch theo nội dung của câu chuyện kể trên, hay đúc kết từ trong hoạt động kinh doanh thực tiễn của thương nhân Do Thái, chúng ta cũng chỉ có thể đưa ra một đáp án duy nhất: chỉ khi hòa nhập vào tiền bạc, trí tuệ mới được xem là trí tuệ "sống", chỉ sau khi hòa nhập vào trong trí tuệ, đồng tiền mới được xem là đồng tiền "sống". Trí tuệ sống và đồng tiền sống rất khó phân biệt ngôi thứ, vì cả hai vốn chỉ là một: cả hai là sự kết hợp hoàn hảo của trí tuệ và tiền bạc.

Sự đồng tại và đồng nhất giữa trí tuệ và tiền bạc, đã biến thương nhân Do Thái thành những thương nhân có trí tuệ nhất. Đạo lý kinh doanh của người Do Thái trở thành đạo lý kinh doanh của trí tuệ.

Người Do Thái cho rằng, kiếm tiền là một chuyện đương nhiên, hợp với đạo nghĩa đất trời. Tiền có thể kiếm được mà không chịu kiếm, dứt khoát là đã phạm tội với tiền, phải chịu sự trừng phạt của Thiên Chúa.

Người Do Thái có một đoạn đối thoại như sau:

Người con trai hỏi cha mình, một nhà quản lý ngân hàng: "Cái gì gọi là Kapitalverbrechen"

Người cha trả lời: "Nếu số vốn của con không thể mang lại cho con ít nhất 10% lợi tức, xem như con đã phạm tội với số vốn của con, đó gọi là Kapitalverbrechen".

Kapitalverbrechan được cấu thành bởi Kapital (vốn) và Verbrechen (phạm tội), ý nghĩa hợp lại là "trọng tội". Tiền kiếm được mà không kiếm, hành vi đó được xem là phạm trọng tội với Thiên Chúa. Có lẽ trên thế giới này, chỉ duy nhất dân tộc Do Thái mới có cách nhìn độc đáo như vậy.

Thương nhân Do Thái trong lúc kiếm tiền, luôn nhấn mạnh "chiến thắng nhờ trí tuệ".

Có một câu chuyện như sau:

Ghali là một giáo khu Do Thái nghèo khổ, người quản lý trong giáo khu ben viết thư cho một nhà kinh doanh than đá giàu có ở thành phố Wallenberg, xin ông gởi đến vài xe than vì mục đích từ thiện.

Thương nhân viết thư trả lời: "Chúng tôi không thể tặng không cho phía các ông. Nhưng chúng tôi có thể bản cho các ông 50 xe than với giá khuyến mãi 50%".

Giáo khu nghèo khổ ấy tỏ ý bằng lòng, nhưng chỉ xin giao trước 25 xe than. Ba tháng sau khỉ giao hàng, họ không chịu giao tiền, mà cũng không tiếp tục gởi thư mua hàng nữa.

Nhà doanh nghiệp bán than bèn gởi đến một bức thư thúc ép trả tiền. Mấy ngày sau, ông nhận được thư trả lời từ Ghali:

"...bức thư đòi tiền của ông, chúng tôi thật tình không sao hiểu nổi. Ông đã đồng ý bán cho chúng tôi 50 xe than, giảm giá 50%, 25 xe than lù vừa đúng với giá tiền mà ngài đã ưu ái giảm cho chúng tôi. Chúng tôi cám ơn đã nhận được 25 xe than này, còn 25 xe than kia, chúng tôi không cần nữa!".

Thương nhân bán than "hào phóng" kia ắt hẳn đã rất tức giận, nhưng cũng chẳng thể làm gì hơn. Ông có thể nguyền rủa trò ma mãnh của những kẻ đã "cướp trắng" 25 xe than của mình, nhưng cũng không thể không phục trí thông minh của những người Do Thái *ở* giáo khu Ghali.

Trong câu chuyện này, hành động của người Do Thái *ở* giáo khu Ghali không thể xem là một trò lừa dối ma mãnh, chỉ đơn thuần là họ đã biết lợi dụng sự mơ hồ trong lời giao kèo của đôi bên, an nhàn ngồi *ở* nhà chờ người ta "gởi" đến cho mình 25 xe than.

Đó là một tuyệt chiêu kiếm tiền của người Do Thái.

Người Do Thái thích tiền, nhưng chưa bao giờ che giấu thiên tính thích tiền bẩm sinh của mình. Vì vậy, song song với thái độ chỉ trích thói "ham tiền như mạng sống, tham lam bẩm sinh" của người Do Thái, người ta cũng rất khâm phục thái độ hết sức thẳng thắn vô tư khi đối mặt với vấn đề tiền bạc của người Do Thái. Chỉ cần nhận định đó là một cách kiếm tiền khả thi, người Do Thái nhất định sẽ tìm cách thực hiện nó. Kiếm tiền là điều hợp với đạo lý tự nhiên, kiếm được tiền mới được xem là thông minh thực sự. Đó chính là chỗ độc đáo và vượt trội trong trí tuệ của người Do Thái.

Bộc lộ trí tuệ qua thái độ đối với lợi ích

Vào thời cổ đại, một người Do Thái sống ở thành phố Jerusalem chuyển đến một vùng khác. Trên đường đi, ông ta mắc bệnh và phải nằm lại trong một quán trọ. Khi biết bệnh tình của mình đã vồ phương cửu chữa, ông ta bèn ký thác hậu sự cho người chủ quán:

"Tôi sắp chết rồi! Nếu có người nào từ Jerusalem biết tin về cái chết của tôi mà đến đây thăm viếng, xỉn hãy giao lại những vật dụng này của tôi cho người đó. Có điều, người đó phải thực hiện được ba việc thể hiện được trí thông minh của mình, nếu không, ông tuyết đối không được giao những vật này cho người đó. Trước khi đi, tôi đã có dặn dò đứa con trai của mình, nếu tôi chẳng may qua đời dọc đường, muốn kế thừa di sản của tôi, nó phải thực hiện được ba việc thể hiện trí thông minh của nó".

Nói xong, người đàn ông tắt thở. Người chủ quán bền an táng ông ta theo nghi lễ của người Do Thái, đồng thời báo cho người trên thị trấn biết tin về cái chết của ông, lại còn phái người chuyển tin đến Jerusalem.

Con trai của người đàn ông vừa mới qua đời là một thương nhân tại Jerusalem, sau khi hay tin về cái chết của cha lập tức tìm đến thị trấn nọ, nhưng lại không biết đích xác cha mình đã chết ở quán trọ nào. Bởi vì trước khi chết, người cha đã dặn dò chủ quán không cần tiết lộ tên của quán trọ cho con trai của mình. Không còn cách nào khác, anh ta đành phải phát huy trí tuệ của mình để xử lý vấn đề nan giải đầu tiên này.

Bấy giờ, vừa lúc có một tiều phu gánh một bó củi đi ngang qua. Người con trai lập tức gọi anh ta lại, mua bó củi và dặn anh ta phải gởi bó củi đến ngôi nhà trọ vừa có một người đàn ông từ Jerusalem đến và chết ở đó. Công việc đơn giản sau đó là theo đuôi người tiều phu cho tới khi đến được ngôi nhà trọ cần tìm.

Chủ trọ thấy người tiều phu gánh củi đi tới thì thắc mắc hỏi:

"Tôi đâu có dặn mua củi của anh?"

Người tiều phu trả lời:

"Là người thanh niên sau lưng tôi đã mua gánh củi này và yêu cầu tôi gánh đến nơi đây".

Đó là việc làm thông minh thứ nhất của người con trai.

Người chủ quán vui mừng đón tiếp anh ta, sau đó chuẩn bị cho anh ta một bữa ăn. Trên bàn ăn có 5 con bồ câu và một con gà. Ngoài anh ta ra còn có vợ chồng chủ quán, hai người con trai và hai người con gái của họ. Tổng cộng có 7 người cùng ngồi vào bàn ăn.

Chủ quán đề nghị anh ta chia bồ câu và gà cho mọi người cùng ăn.

Anh ta bền từ chối:

"Không! Ông là chủ nhà, để ông chia phần là tốt hơn cả!"

Chủ quán vẫn cương quyết:

"Anh là khách, tốt hơn cứ để anh chia phần".

Người thanh niên ben thôi không khách sáo nữa, bắt đầu chìa phần ăn trên bàn. Trước tiên, anh ta chia một con bồ câu cho hai cậu con trai, một con bồ câu khác cho hai cô con gái, con chim bồ câu thứ ba được chia cho hai vợ chồng chủ quán. Còn lại hai con bồ câu, anh ta thản nhiên cầm lấy và bỏ vào dĩa của mình.

Đó là việc làm thông minh thứ hai của người con trai.

Tiếp theo, anh ta bắt đầu chia gà. Đầu tiên, anh ta cắt phần đầu gà cho vợ chồng chủ quán, sau đó chia cho mỗi cậu con trai một cái chân gà, mỗi người con gái một cái cánh gà. Phần còn lại của con gà, anh ta kéo về vị trí của mình.

Đó là việc làm thông minh thứ ba của người con trai.

Ngồi nhìn cách chia phần ăn của anh ta, ông chủ quản không thể kiềm được cơn tức giận:

"Chỗ các anh vẫn có thói quen hành xử như thế này sao? Khi anh chia phần bồ câu, tôi đây còn có thể nhịn được. Nhưng đến khỉ nhìn thấy cách phân chia thịt gà của anh, tôi thực sự không thể chịu đựng được nữa. Anh chia như vậy, rốt cuộc là có ý nghĩa gì?".

Người thanh niên bình thản đáp:

"Tôi vốn dĩ không muốn nhận công việc phân chia khẩu phần ăn này, nhưng chính ông đã cương quyết muốn tôi thực hiện. Vì vậy, tôi đã thực hiện theo cách thức mà tôi nghĩ là tốt nhất. Ông, vọ ông và một con chim hồ câu, hợp lại là được ba, hai cậu con trai thêm một con bồ câu củng thành ba, hai cô con gái cũng thế, còn tôi và hai con chim bồ câu, hợp lại cũng chỉ là ba, đó là điều hết sức công bình đấy thôi! Còn nữa, vì ông và vợ ông là gia trưởng, nên được chia phần đầu gà; con trai ông là cột trụ trong gia đình, nên được chia phần chân gà; chia cánh gà cho hai người con gái của ông, vì sớm muộn gì họ củng tung cánh, bay đến nhà người khác. Riêng tôi đến đây trong chốc lát, rồi lại phải ra đi, vì vậy nhận lấy phần mình gà là hợp lý nhất... xỉn hãy nhanh chóng giao lại phần gia sản của cha tôi cho tôi!".

Ba việc làm của người thanh niên trong câu chuyện đều được coi là "hành vi thông minh", nhưng quả thật có chút khó hiểu.

Hành vi đầu tiên có thể xem là thông minh, vì vấn đề mà người thanh niên đang phải đối mặt là một câu hỏi không có đáp án hay có thể nói là không được phép hỏi. Thông qua việc mua một bó củi, anh ta đã đặt "trả lời câu hỏi" thành điều kiện mua bán, khiến người bán củi vì lợi ích của mình mà sẵn lòng giúp anh ta giải quyết vấn đề nan giải kể trên.

Xét trên tầng ý nghĩa này, bằng cách phân chia lợi ích, người thanh niên đã tạo nên một mối quan hệ lợi ích giữa mình và người bán củi. Từ đó mượn sức của người khác, thực hiện thành công mục tiêu của chính mình. Cách làm đó đủ chứng minh anh ta có một đầu óc linh hoạt, nhạy bén.

Tuy nhiên, hành động chia bồ câu, chia thịt gà thì không dễ gì giải thích. Hành động xem ra hết sức khiếm nhã, tham lam của anh ta có thể được xem là thông minh hay không? Nếu nói là có, vậy hành vi kẻ lớn lừa bịp kẻ nhỏ để cướp lấy miếng ăn, món lợi đều được xem là hành vi thông minh, tài giỏi hay sao? Đương nhiên, kẻ lừa bịp phải có phần thông minh, xảo trá hơn những kẻ chỉ biết dùng sức mạnh cướp đoạt.

Thực ra, *ở* đây có một mấu chốt nho nhỏ. Câu chuyện đặc biệt nhắc đến tình huống nổi giận của ông chủ quán. Vì sao nổi giận? Nhìn bề ngoài, đó là do hành vi “tham lam” của vị khách trẻ tuổi, chiếm lấy một phần lớn chim bồ câu và thịt gà riêng mình. Tuy nhiên, tiếp tục theo dõi câu chuyện chúng ta lại phát hiện, rõ ràng người thanh niên đang cố ý làm cho ông chủ quán nổi giận. Đợi khi chủ quán bùng phát cơn giận, anh ta mới thẳng thắn yêu cầu chủ quán trả lại phần di sản của cha mình để lại. Đến đây chúng ta đã có thể tìm thấy mấu chốt của vấn đề.

Người thanh niên vein dĩ muôn lấy lại phần di sản của cha mình, nhưng điều kiện để đạt tới mục đích này lại vô cùng hà khắc: thực hiện ba hành vi thông minh. Điều này nói ra thì dễ, thực hiện lại rất khó, vì không có một tiêu chuẩn chính xác nào cho hai chữ “thông minh”. Anh ta có thể nỗ lực hết mình, thể hiện hết trí thông minh của mình, nhưng thừa nhận hành vi của anh ta thực sự là thông minh hay không, lại tùy thuộc vào người chủ quán.

Vì vậy, để người chủ quán nhanh chóng thừa nhận sự thông minh của mình, người thanh niên lại một lần nữa mượn mối quan hệ lợi ích giữa người với người để thực hiện kế hoạch của mình.

Khi mượn "lực" của người bán củi, anh ta đã lợi dụng sách lược "lợi ích cùng tăng". Khi "ép" người chủ quán hợp tác với mình, sách lược mà anh ta sử dụng lại là "lợi ích cùng giảm": nếu anh không thừa nhận hành vi của tôi là thông minh, đồng nghĩa chưa chịu giao phần di sản của cha tôi lại cho tôi, tôi sẽ cứ dùng đến phương thức hi sinh lợi ích của ông, bức ông cho đến khi không còn chịu đựng được nữa. Nếu ông đã có quyền quyết định hành vi của tôi là thông minh hay không, thì ông cũng phải có nghĩa vụ đón nhận những hậu quả do hành vi của tôi mang lại. Vì vậy, khi người chủ quán đùng đùng nổi giận, cũng chính là lúc ông cảm nhận được lợi ích của mình đang bị đe dọa.

Quan hệ giữa con người với con người, trên căn bản là mối quan hệ về lợi ích, đặc biệt là giữa những người không quen biết như chàng thanh niên với người bán củi và ông chủ quán trong câu chuyện kể trên. Tất nhiên, trong một mối quan hệ nhất định, còn phải xét đến khía cạnh đạo ĩ đức, nhưng yếu tố chi phối nhiều nhất vẫn chỉ là lợi ích. Chỉ khi nào lợi ích của người khác được cột chặt với lợi ích của bạn, họ mới chấp nhận đặt lợi ích của bạn thành lợi ích của họ, tức sẵn sàng suy nghĩ, tìm ra đường hướng có lợi cho bạn. Bởi vì, những hành động đó cũng đồng thời mang đến những biến động tương ứng trong lợi ích của chính bản thân họ.

Vì vậy, khi cùng làm việc hay điều động đối phương, biện pháp tốt nhất sẽ là "để người khác suy nghĩ đến lợi ích của mình". Cái khẩu hiệu "có phúc cùng hưởng, có họa cùng chia" thường được các anh em trong bang hội đề xướng, chẳng qua chỉ là cách ứng dụng trực tiếp đối với sách lược này mà thôi.

Hiện nay, sự thành công của các tập đoàn người Mỹ gốc Do Thái là một minh chứng cho thành công của sách lược này. Khi người Do Thái có được những số tiền khổng lồ và nắm giữ những lá phiếu vô cùng quan trọng, đồng thời lại biết đoàn kết với nhau như một, vận dụng chính xác nguyên tắc "cùng lợi cùng hại", thì bất luận là

nghị viên quốc hội, những nhân vật đang nhắm vào Nhà trắng, cho đến người muốn tiếp tục trở thành ông chủ Nhà trắng trong nhiệm kỳ tới, có ai lại không nỗ lực đáp ứng yêu cầu của họ?

Sống cho thực tế, luôn hành động vì tiền

Văn hào vĩ đại người Anh William Shakespeare đã từng sáng tác một vở hài kịch rất nổi tiếng có nhan đề "Người lái buôn thành Venice". Nhân vật chính của câu chuyện là một thương nhân Do Thái có tên là Shylock, một con người cực đoan, bủn xỉn và đầy lòng báo thù.

Con người ấy chuyên cho vay ăn lời cắt cổ, chẳng bao giờ chịu bỏ ra một đồng để giúp không cho ai. Do bị một tín đồ Cơ Đốc giáo là Antonio nhiều lần chỉ trích, ông ta đã đem lòng thù oán.

Một lần, nhân lúc Antonio cần gấp một số tiền để kinh doanh, Shylock đã bắt anh ký kết một gian ước, nói rõ đến kỳ hạn mà không trả được tiền, Antonio phải chịu cắt một miếng thịt nơi đầu lưỡi của mình để bồi thường cho số tiền 3000 bảng mà anh đã mượn.

Kết quả, do tàu chở hàng liên tiếp gặp phải sự cố, Antonio không thể trả nợ theo đúng hạn kỳ. Trước pháp đình, bất chấp mọi người can gián thế nào, Shylock vẫn cương quyết đòi lấy miếng thịt trên đầu lưỡi của Antonio mà không màng tới số tiền bồi thường nhiều gấp mấy lần số tiền ông ta đã cho mượn.

Rất may, người yêu của Antonio đã nảy ra một ý tưởng độc đáo, yêu cầu Shylock chỉ được cắt một miếng thịt trên đầu lưỡi của Antonio nhưng không được để chảy ra một giọt máu nào, nếu không sẽ bị xử cực hình. Yêu cầu độc đáo và "hợp pháp" này đã khiến Shylock không dám xuống 'tay, chỉ có thể chấp nhận bồi thường từ phía Antonio.

Cuối cùng, các tín đồ Cơ Đốc giáo không chỉ bắt tội vi phạm giao ước - nói cắt thịt mà lại không cắt thịt - trừng \trị Shylock, phạt ông ta một số tiền rất lớn, mà còn buộc ông ta phải đồng ý gả con gái của mình cho một tín đồ Cơ Đốc giáo, bên cạnh đó còn phải dành cho cô con gái ' một số của hồi môn rất lớn và quyền được kế thừa tài sản của mình.

I Trong tác phẩm của mình, thông qua ngôn ngữ của các !nhân vật, Shakespeare thanh minh rất nhiều cho người Do Thái, nhưng một cách vô thức lại phản ánh thái độ kỳ /thị, bất lực và đố kỵ của dòng văn hóa chủ lưu đương thời ‘ dối với người Do Thái - bức người Do Thái chỉ có thể làm ;bạn với những đồng tiền và ngành nghề dơ bẩn; không thể không mượn tiền của người Do Thái mà cũng không thể ngăn cản vận may cứ liên tục đổ vào túi của họ, tìm đủ trăm phương ngàn kế để đoạt lấy tài sản và con cái của người Do Thái.

Điều bất công nhất là đặt lòng báo thù gần như cố chấp, không tiếc từ bỏ tiền bạc của những tín đồ Cơ Đốc giáo lên mình Shylock. Hơn nữa, Shylock cùng với lòng báo thù lấy 3000 bảng đổi một miếng thịt dường như đã được Shakespeare xây dựng thành một hình tượng điển hình cho người Do Thái.

Thực ra, biến Shylock thành một hình tượng điển hình chứ không phải một hình tượng cá biệt là một cái nhìn hết sức sai lầm và thiếu hiểu biết về người Do Thái. Bởi vì, liên quan đến vấn đề tiền bạc, nếu người Do Thái có giữ lòng báo thù, thì nó cũng chỉ có thể tập trung biểu hiện ở việc đòi lại tiền bạc, chứ tuyệt đối không cần đến “một miếng thịt người” vô giá trị để làm vật thay thế.

Ở Nhật, có một công ty do người Do Thái thành lập. Lần nọ, một nhân viền đã lấy cắp một số tiền lớn của công ty rồi trốn đi mất. Sau khi nhận được tin, tổng giám đốc vô cùng tức giận, lập tức yêu cầu cấp dưới báo tin cho phía cảnh sát xử lý. Một người của

công ty lập tức chạy đến gặp vị Giáo sĩ đại diện cho cộng đồng Do Thái ở đây để thương lượng.

Sau khi nghe xong sự việc, vị Giáo sĩ thẳng thắn nói với ông ta:

"Trước tiên nên điều tra rõ xem anh ta có phải là người lấy tiền bỏ trốn hay không. Nếu đúng là như vậy, hãy đến báo với phía cảnh sát. Anh ta sẽ phải chịu khởi tố, tống vào nhà ngục. Nhưng đó không phải là cách làm của người Do Thái".

Chiếu theo pháp luật Do Thái, nếu có người trộm tiền, nhất định phải bắt người này đem tiền giao nộp trở lại. Một khi đã ngồi tù, tiền sẽ không thể quay trở lại.

Vị Giáo sĩ đề nghị, thay vì bắt kẻ trộm tiền tống giam vào ngục, chi bằng nghĩ cách tự mình đến gặp anh ta, yêu cầu giao nộp tiền lại, sau đó phạt tiền anh ta.

Kết quả, công ty đã tìm ra được người nhân viên đã bỏ trốn đó, đồng thời chứng minh anh ta đích thị là người đã trộm tiền của công ty.

Sau đó, phía công ty cho người đưa anh ta đến gặp vị Giáo sĩ.

Chiếu theo pháp luật Do Thải, vị Giảo sĩ yếu cầu anh ta phải bồi thường số tiền đã lấy cắp. Anh ta thành khẩn trình bày mình đã lỡ xài hết số tiền lấy từ công ty, và xin được tiếp tục quay về làm việc cho công ty để bồi hoàn số tiền đã lấy, khẩn cầu công ty đừng đem việc này ra trước pháp luật. Cuối cùng, vị Giáo sĩ phán quyết, cho phép anh ta tiếp tục làm việc trong công ty (đương nhiên là anh ta sẽ không có cơ hội ôm tiền công ty trốn đi một lần nữa), lấy tiền lương trừ vào số tiền đã lấy cắp, đồng thời còn phải đóng tiền phạt với tỉ lệ nhất định. Tiền bồi thường do công ty thu, tiền phạt được giao cho vị Giáo sĩ để cho vào quỹ từ thiến của cộng đồng.

Rõ ràng, với đầu óc hết sức thực tế, người Do Thái tuyệt đối không để cho số tiền có thể quay về túi mình lại tan thành bọt nước chỉ vì cơn tức giận, vì lòng "báo thù" của mình gây ra.

Có thể nói, trong việc xử lý những vấn đề như chiếm đoạt tài sản bất hợp pháp, người Do Thái dường như đã đi trước lịch sử. Thế giới hiện nay không phải đang ngày càng trở thành một xã hội "lấy tiền phạt thay thế hình phạt" đó sao?

Warren Buffett: Nguồn gốc của thiên tài là không ngừng học tập

Đầu thập niên 30 của thế kỷ 20, cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới bùng phát, thị trường tiền tệ phố Wall cũng rơi vào cảnh tiêu điều xơ xác. Nhưng trong cái rủi lại có cái may, ngày 30 tháng 8 năm 1930, tại Nebraska miền Trung nước Mỹ, một thiên tài đầu tư vĩ đại của thế kỷ 20 đã chào đời, một tấm gương điển hình cho thành công của các thương nhân Do Thái, đó chính là Warren Buffett.

Đối với những người đã giành được thành tựu huy hoàng vĩ đại, tài năng của họ thường được bộc lộ ngày từ tuổi còn thơ. Ngày Warren Buffett "kết duyên" với cổ phiếu, có lẽ phải được tính từ khi ông mới bắt đầu bập bẹ học nói.

Nói đến lĩnh vực đầu tư cổ phiếu, Warren Buffett rõ ràng đã được kế thừa những điều kiện ưu việt từ người cha. Howard là một người môi giới cổ phiếu, đồng thời còn là một nghị viên quốc hội, những sách vở liên quan đến cổ phiếu được chất thành đống trong nhà. Điều này khiến cho Warren Buffett ngay từ nhỏ đã cảm nhận được không khí của hoạt động đầu tư cổ phiếu. Ông có một niềm hứng thú đặc biệt với các con số. Năm 8 tuổi, Buffett bắt đầu say mê đọc những loại sách này. Cả ông nội và cha của Warren Buffett đều mở tiệm kinh doanh tạp hóa khi còn trẻ. Từ năm 8

tuổi, Warren Buffett cũng bắt đầu học buôn bán. Ông mua Coca Cola từ cửa hàng của gia đình., rồi bán lại cho bạn bề với giá cao hơn 5 cent. Trong vòng hơn một năm, ông đã trở thành "ông chủ nhỏ" nổi tiếng nhất trong khu phố. Năm 11 tuổi, ông trở thành người ghi chép bảng giá cổ phiếu cho công ty Cities Service Preferred (nơi làm việc của cha ông). Công việc này càng giúp ông hiểu rõ hơn về mối quan hệ "mua vào thấp, bán ra cao", hứng thú của ông cũng chuyển hướng từ buôn bán nhỏ sang kinh doanh cổ phiếu.

Năm 13 tuổi, Warren Buffett cùng với cha mình (mới đắc cử nghị viên quốc hội) chuyển đến sinh sống tại thủ đô Washington. Tuy cuộc sống gia đình hết sức khá giả, nhưng do đã tự lập ngay từ nhỏ, ông xin làm công việc phát báo cho tờ *Bưu điện Washington* và tờ *Tiền phong thời đại.* Điều thú vị là, sau này ông đã trở thành đại cổ đông của tờ *Bưu điện Washington,*có người còn cho rằng, phải chăng ngay từ khi còn là một cậu bé phát báo, đã có một số tiền lớn được chuyển vào để chuẩn bị cho việc làm chủ báo *Bưu điện Washington* của ông sau này.

Cũng trong thời gian này, ông đã bắt đầu dùng số tiền tích lũy trước đây, tiến hành hoạt động đầu tư đầu tiên của mình. Ông bỏ ra 50 đô la để mua về hai máy bắn đạn cũ, mượn một khoảng trống trong một tiệm hớt tóc làm nơi bày bán; sau đó ông lại tiếp tục mua thêm 5 máy, rồi 7 máy. Mỗi tháng ông có thể thu vào khoảng 200 đô la. Sau đó, ông lại hợp *vốn.* làm ăn với một người bạn trung học, bỏ ra 350 đô la mua về một chiếc xe hơi Rolls-Royce cũ, rồi cho thuê lại với giá 35 đô la một ngày. Tính đến thời điểm vừa tốt nghiệp trung học (năm 16 tuổi), công việc đầu tư này đã giúp ông kiếm được 6000 đô la.

Cùng với sự trưởng thành về tuổi tác và kinh nghiệm, hoạt động đầu tư của Warren Buffett cũng tiến thêm một bước. Mặc dù vẫn còn non nớt, nhưng năng lực tiềm ẩn của một thiên tài đầu tư đã bắt đầu tỏ hiện.

Năm 17 tuổi, Warren Buffett theo học bộ môn quản lý xí nghiệp tại trường đại học Nebraska.

Trong một lân ngẫu nhiên, ông đọc được cuốn "Đầu tư thông minh" của Benjamin Graham. Theo ý kiến của nhiều nhà nghiên cứu, cuốn sách ấy đã có ảnh hưởng rất sâu sắc đến tư tưởng của ông.

Kể từ đó, được gặp Benjamin Graham trở thành khát vọng lớn nhất của cậu thanh niên Warren Buffett. Vì vậy, ngay sau khi nhận được bằng tốt nghiệp đại học Nebraska, ông đã một mình tìm đến New York, nộp đơn vào Trường đại học Colombia, trực tiếp nghe những bài giảng của thầy Benjamin Graham. Trong suốt cuộc đời mình, Warren Buffett luôn cảm thấy tự hào với quyết định này của mình. Năm 68 tuổi, tức tháng 5 năm 1998, nhận lời mời của Đại học Colombia, ông cùng với Bill Gates đã có một buổi nói chuyện trước đông đảo sinh viên của trường. Và đây là một đoạn trong cuộc nói chuyện của ông: "Thành công là đạt được điều mà bạn muốn có, hạnh phúc là theo đuổi điều bạn muốn đạt tới. Tuy tôi không biết hạnh phúc cụ thể chỉ về điều gì, nhưng tôi tuyệt đối không bao giờ làm bất kỳ chuyện gì không vui. Khi các bạn rời khỏi trường học, tôi đề nghị các bạn hãy đến làm việc cho người mà các bạn kính ngưỡng. Như thế, tương lai các bạn cũng sẽ trở nên giống như họ vậy". Những lời tâm sự, khuyên nhủ trên đây là sự tổng kết kinh nghiệm từ chính bản thân ông. Vì ngay sau khi tốt nghiệp đại học, lựa chọn đầu tiên

của ông là đến với giáo sư Benjamin Graham, học tập những kinh nghiệm quý báu để chuẩn bị bước chân vào thị trường cổ phiếu.

Rồi bằng cách đâu tư vào cổ phiếu của công ty bảo hiểm của thầy Graham, ông đã có được một nguồn thu nhập đáng kể, học được rất nhiều kinh nghiệm đầu tư trong ngành bảo hiểm.

Sau này, khi đã lấy được học vị thạc sĩ kinh tế học của Đại học Colombia, ông lại nghiền ngẫm những cuốn sách liên quan đến thị trường tiền tệ. Sau đó, ông đích thân kiểm nghiệm lý luận của Benjamin Graham bằng cách liên minh với công ty Graham - Newman. Điểm nổi bật trong phong cách đầu tư của Benjamin Graham chính là không dễ dàng thốt ra tiếng "không". Đó là một phương pháp đầu tư lý tính chứa đầy trí tuệ. Phong cách ấy đã thu hút và ảnh hưởng rất lớn đến chàng thanh niên Warren Buffett.

Warren Buffett từng phát biểu, ông có hai người cha tinh thần - ngoài Benjamin Graham, người kia chính là Philip Fisher. Warren Buffett nói, trong hoạt động đầu tư của ông, có 85% giống Benjamin Graham, 15% giống Philip Fisher. Lần đầu tiên đọc được cuốn "Cổ phiếu bình thường và lợi nhuận bất thường" của Philip Fisher, ông như đụng phải một cục nam châm, bị hút chặt vào nó. Cũng từ lúc đó, ông bắt đầu tìm hiểu về Philip, mong ước được "bái sư học đạo".

Philip Fisher rất vui mừng đón tiếp người học trò này, truyền thụ tất cả đạo lý kinh doanh, đặc biệt là phương pháp đầu tư vào thị trường cổ phiếu mới nhất và hiệu quả nhất mà ông vừa mới khổ công nghiên cứu được. Mặc dù có lúc quan điểm lý luận của Philip Fisher và Benjamin Graham gần như đối lập nhau, nhưng tất cả tinh hoa của hai người đều được Warren Buffett hấp thu một cách trọn vẹn, đồng thời còn được dung hòa vào trong thực tiễn đầu tư, sáng tạo nên kỳ tích trong quá trình đầu tư của mình.

Sinh ra và trưởng thành trong một gia đình giàu có, cuộc sống dư dật, hạnh phúc, nhưng Warren Buffett lại có một hoài bão và chí hướng lớn, có khát vọng mãnh liệt đối với tri thức, chủ động tìm kiếm cho mình những người thầy lỗi lạc và đáng kính. Với tinh thần say mê học tập, phấn đấu cho một mục tiêu cao xa, lại có được một năng lực lãnh hội vượt trội đối với tri thức, say mê thực tiễn, không ngừng hoàn

thiện chính mình, Warren Buffett đã hội đủ các yếu tố của một bậc thầy vĩ đại trong lĩnh vực đầu tư kinh tế thế giới.

Chương IV Trí Tuệ Kinh Doanh Siêu Việt Của Thương Nhân Do Thái

Tiền là thượng đế, tiền là vật bình thường

Trong xã hội hiện đại, mê tiền có lẽ đã không còn được xem là một điều gì kỳ lạ, độc đáo. Hơn 2000 năm trước, “Talmud” đã ghi lại những câu ngạn ngữ như sau:

“Tiền không phải là tội ác, cũng không phải là lời nguyền, tiền là người chúc phúc”.

“Tiền sẽ cho chúng ta cơ hội mua bán lễ vật với thần linh”.

“Tất cả bộ phận trên cơ thể đều sống nhờ vào tim, mà tim thì sống nhờ vào túi tiền”.

Cuộc sống lưu tán dai dẳng khiến người Do Thái không thể xem nhẹ tiền bạc. Bởi vì, mỗi khi tình hình biến động căng thẳng buộc phải chuyển đi nơi khác, tiền là thứ dễ mang theo nhất, và cũng là phương tiện quan trọng nhất bảo đảm cho mạng sống của họ trên đường di chuyển.

Việc bị kỳ thị của người Do Thái cũng khiến họ không thể xem nhẹ tiền bạc, bởi tiền không có mùi vị, không có màu sắc, là vật duy nhất không mang “sắc thái dị đoan” khi người Do Thái cần giao thiệp với các tín đồ tôn giáo khác.

Thân phận sống nhờ của người Do Thái cũng khiến họ không thể xem nhẹ tiền bạc, bởi họ phải dùng tiền để mua lấy quyền lợi trong quốc gia mà mình sinh sống. Khoản thuế đầu người và những khoản thuế đặc biệt khác mà người Do Thái giao nộp cho đất nước sở tại của mình là rất lớn.

Một lý do nữa khiến người Do Thái không thể xem nhẹ tiền bạc, đó là vì cuộc sống phân tán khắp nơi, tiền là phương thức tiện lợi nhất để tương trợ nhau khi cộng đồng này hay cộng đồng kia gặp phải những cảnh không may.

Truyền thống hoạt động kinh doanh của người Do Thái cũng khiến họ không thể xem nhẹ tiền bạc, vì trong tay những người bình thường, tiền chỉ là vật môi giới và phương tiện, nhưng đối với một thương nhân, tiền là mục tiêu cuối cùng trong mỗi cuộc giao dịch làm ăn, và cũng là biểu hiện cuối cùng cho thất bại hay thành công của họ.

Vì vậy, đối với người Do Thái, tiền không chỉ dừng lại *ở* ý nghĩa của cải. Tiền nằm giữa sống và chết, tiền được đặt *ở* trung tâm cuộc sống, là tiêu chí đánh giá thành công trong sự nghiệp của họ. Như vậy tất yếu tiền đã trở thành một vật mang “tính chất thần thánh” - tiền vốn là vật để đối phó với những tình huống phát sinh ngoài ý muốn, có tiền đồng nghĩa có thể tránh được những chuyện không hay đó; tiền càng nhiều, đồng nghĩa khả năng phát sinh những chuyện ấy sẽ càng nhỏ. Vì vậy, kiếm tiền, tích lũy tiền không phải là để thỏa mãn nhu cầu thuần túy, mà là để thỏa mãn nhu cầu của bản thân về sự an toàn. Đến nay, trong các gia đình Do Thái vẫn có một thói quen - để lại tài sản cho con, chí ít cũng không thể ít hơn số tài sản mà mình đã được thừa kế.

Tất cả những điều trên đã chứng minh được một vấn đề, trong khi các dân tộc khác vẫn còn mang một thái độ oán ghét không rõ ràng, thậm chí là sợ hãi đối với tiền bạc, thì người Do Thái đã bước qua ngưỡng mang ý nghĩa kinh tế học đơn thuần đối với tiền bạc, để tiến lên một tầng cao hơn, mang ý nghĩa văn hóa học và xã hội học. Tiền đã trở thành một thước đo độc lập. Một thước đo không lấy các thước đo khác làm tiêu chuẩn, mà ngược lại có thể xâm nhập vào những thước đo khác.

Vì vậy, đối với dân tộc Do Thái, tiền đã mang một tính chất thần thánh, điều đó mang một ý nghĩa hết sức quan trọng đối với quá trình phát sinh, hình thành, tích lũy và tăng trưởng của nguồn vấn.

Người Do Thái say mê tiền bạc, đó là đặc trưng dân tộc được quyết định bởi hoàn cảnh sống đặc thù của họ. Tuy nhiên, người Do Thái vẫn luôn giữ dược một tâm thái bình thường đối với tiền bạc. Họ không tôn kính nó như thần, mà cũng không oán ghét như quỷ, càng không có tâm lý vừa muốn kiếm tiền lại vừa cảm thấy xấu hổ khi đụng phải những rắc rối do tiền bạc gây nên. Tiền hoàn toàn trong sạch, hết sức bình thường, kiếm tiền là một việc làm hết sức tự nhiên và có thể thực hiện một cách đường đường chính chính.

Xem tiền là cuộc sống, đó là phương thức sống hết sức thuần phác và tự nhiên của người Do Thái.

Một nhà vô thần luận đến gặp một vị Giáo sĩ.

"Chào ngài!", nhà vồ thần luận cất giọng cung

kính. "Chào ngài!", vị Giáo sĩ đáp lễ.

Nhà vô thần luận lấy ra một đồng tiền vàng, trao cho vị Giáo sĩ. Vị Giáo sĩ không nói một lời, đưa tay nhận lấy đồng tiền và bỏ vào túi.

"Chắc hẳn là ông đang có việc cần đến sự giúp đỡ của tôi", vị Giáo sĩ lên tiếng. "Chắc là vợ ông không có thai, và ông muốn tôi cầu nguyện cho bà ấy?".

"Không phải, thưa Giảo sĩ! Tôi vẫn chưa kết hôn", nhà vô thần luận đáp lời.

Nói xong, ông lại đưa cho vị Giáo sĩ một đồng tiền vàng. Vị Giáo sĩ vẫn không nói lời nào, thản nhiên cầm lấy đồng tiền vàng rồi bỏ vào túi.

"Tuy vậy, nhất định là ông đang có việc cần đến sự giúp đỡ của tôi", vị Giáo sĩ tiếp tục lên tiếng: "Cũng có thể ông đã phạm một tội lỗi nào đó và muốn thượng đế tha thứ cho mình?".

"Không phải, thưa Giáo sĩ! Tôi chưa từng phạm phải một tội lỗi nào", nhà vô thần luận đáp lời.

Ông ta lại tiếp tục đưa cho vị Giáo sĩ một đồng tiền vàng. Vị Giáo sĩ cũng không nói lời nào, tiếp tục thản nhiên cầm lấy đồng tiền và bỏ vào túi của mình.

"Có thể công việc làm ăn của ông không được thuận lợi, nên muốn tôi cầu phúc cho ông?", vị Giáo sĩ cất tiếng hỏi.

"Không phải, thưa Giảo sĩ! Đây là một năm làm ăn rất thành công của tôi", nhà vô thần luận trả lời.

Ông ta lại tiếp tục đưa cho vị Giáo sĩ một đồng tiền vàng.

"Thế rốt cuộc thì ông muốn tôi làm gi?", vị Giáo sĩ cảm thấy hết sức bối rối.

"Không gì cả, thực sự là không gi cả", nhà vô thần luận trả lời. "Tôi chỉ muốn thử xem một người không làm gì cả, chỉ lấy tiền không của người khác, có thể chống đỡ được bao lâu!".

"Tiền chính là tiền, không phải là một cái gì khác", vị Giáo sĩ đáp lời. "Tôi cầm tiền cũng giống như cầm một tờ giấy, một hòn đá vậy thôi".

Bởi luôn giữ được thái độ bình thản đối với tiền bạc, thậm chí có thể xem nó là một hòn đá, một tờ giấy, người Do Thái mới không đến nỗi xem nó như quỷ thần, và cũng không phân biệt nó là trong sạch hay dơ bẩn. Trong thâm tâm của họ, tiền chính là tiền, một vật bình thường như bao vật bình thường khác. Vì vậy, người Do Thái luôn

cần mẫn thu gom tiền của (vì họ biết rõ giá trị của nó), nhưng khi đã mất nó, họ cũng không cảm thấy đau khổ, hối tiếc. Chính nhờ thái độ đó, mà thương nhân Do Thái vẫn luôn bình thản, tự tại trong những hoàn cảnh khốc liệt của thương trường, đạt được những thành tựu vĩ đại, khiến cả thế giới phải nghiêng mình kính phục.

Xem tiền là vật bình thường, đó chính là một trong những biểu hiện đặc trưng cho trí tuệ kinh doanh của người Do Thái.

78:22 - Tiền nằm trong tay những người có tiền

Người có chút ít kiến thức về kinh tế đều từng nghe qua đường cong “Lorenz” nổi tiếng. Đường cong ấy thể hiện cơ cấu giữa thu nhập với phân phối - của cải không phải được chia đều trong tay mọi người, mà hoàn toàn ngược lại, tổng số người có thu nhập cao chỉ chiếm một tỉ lệ rất nhỏ tổng dân số trên toàn thế giới. Nói một cách khác, tiền nằm trong tay của người có tiền.

Chúng ta thường nói: “Tài sản của người Mỹ nằm trong túi của người Do Thái”. Chiếm một tỉ lệ rất nhỏ trong tổng dân số nước Mỹ, nhưng người Do Thái lại sở hữu được *số* lượng tài sản rất lớn. Không chỉ *ở* Mỹ, người Do Thái còn gần như độc chiếm thị trường tiền tệ và thương nghiệp ở Nhật cùng một số’ nước châu Âu, sô" tỉ phú người Do Thái nhiều không kể xiết. Nếu có người hỏi họ làm cách nào để kiếm tiền được nhiều như vậy, họ sẽ không ngần ngại trả lời: “Tiền vốn dĩ nằm trong tay của người có tiền”. Chúng ta cần phải kiếm tiền từ những người có tiền mới mau chóng làm giàu được.

Đạo lý kinh doanh đó bắt nguồn từ quy tắc “78 : 22”.

Trong tự nhiên, tỉ lệ giữa Nitơ và Oxy là 78 : 22; mà trong cơ thể của chúng ta, tỉ lệ giữa nước với các thành phần vật chất khác cũng là 78 : 22. Có thể thấy, 78 : 22 là

một chuẩn tắc khách quan trong tự nhiên. Ngoại trừ một chút sai biệt nhỏ, ví dụ nó có thể biến thành 79 : 21 hoặc 77 : 23... nhìn chung, nó quy định một số thành phần cố định, vĩnh hằng trong vũ trụ này.

Nếu nói “78 : 22” là một chuẩn tắc đích thực, là một “chân lý tuyệt đối” vượt trên tất cả chân lý, đương nhiên sẽ được những người Do Thái biến thành cơ sở cho hoạt động kinh doanh của dân tộc mình. Bằng cách duy trì chuẩn tắc bất biến này, người Do Thái đã thu về cho mình những nguồn lợi khổng lồ, khiến cả thế giới phải ngưỡng mộ.

Có thể đưa ra đây một ví dụ: giả như có người hỏi, trên thế giới người cho mượn tiền nhiều hay người mượn tiền nhiều? Đa số’ mọi người sẽ trả lời: “Đương nhiên là người mượn tiền nhiều”. Tuy nhiên, câu trả lời của những người Do Thái giàu kinh nghiệm lại hoàn toàn trái ngược. Họ sẽ một mực khẳng định: “Người cho mượn tiền chiếm *số* lượng tuyệt dối”. Tình hình thực tế cũng đúng như vậy. Nhìn chung, ngân hàng là một cơ cấu cho vay tiền, họ đem số’ tiền vay được từ rất nhiều người, quay lại cho một số ít người khác vay mượn, qua đó thu lấy lợi nhuận. Theo cách tính của người Do Thái, tĩ lệ người cho mượn tiền và người mượn tiền là 78 : 22. Ngân hàng lợi dụng tỉ lệ này để kiếm tiền, không bao giờ thua lỗ. Nếu không, nguy cơ phá sản của ngân hàng là khó lòng tránh khỏi.

Một thương nhân Nhật Bản gốc Do Thái khi nhận ra sức hấp dẫn của chuẩn tắc “78 : 22” này đã vận dụng nó vào hoạt động kinh doanh kim cương của ông. Kết quả đã thu được những thành công ngoài sức tưởng tượng.

Kim cương là một sản phẩm cao cấp, nó chủ yếu là vật sở hữu của những người có thu nhập cao trong xã hội, những người có thu nhập trung bình không thể mua nổi. Vì vậy, hâu hết mọi người đều có quan điểm: “Người tiêu dùng ít, lợi nhuận nhất định không cao”. Nhưng họ lại không nghĩ rằng, số ít những người thu nhập cao ấy

lại nắm giữ rất nhiều tiền bạc. Tỉ lệ giữa người có thu nhập phổ thông và người có thu nhập cao là 78 : 22, nhưng tỉ lệ sở hữu tài sản của ho lai là 22 : 78.

Người Do Thái nhắc nhở chúng ta: kiếm tiền "78", tuyệt đối sẽ không bị lỗ. Thương nhân Nhật Bản gốc Do Thái đã nhìn thấu điểm này và nhắm đến những đối tượng nằm trong con số "22" này, thu về cho mình một nguồn lợi nhuận khổng lồ.

Cuối thập niên 60 của thế kỷ 20, thương nhân Nhật Bản gốc Do Thái này lại bắt đầu tìm kiếm thị trường kim cương. Ông tìm đến công ty bách hóa s ở Tokyo, đề nghị thuê một miếng đất nhỏ của công ty để trưng bày các sản phẩm của mình. Nhưng công ty s lại chế nhạo và không chấp nhận.

Thương nhân Nhật Bản vẫn hết sức bình tĩnh, kiên trì thuyết phục công ty s về chuẩn tắc "78 : 22" mà ông hết sức tin tưởng, cuối cùng đã thuê được một góc của công ty - một cửa hàng ở vùng ngoại ô, điều kiện buôn bán không thuận lợi, nhưng thương nhân đó vẫn không hề tỏ ra lo lắng. Ông khẳng định: "Tôi có thể bán được 200 triệu yên!". Trong cách nhìn của một thương nhân, đó dường như là lời nói của một kẻ ngông cuồng. Nhưng sở dĩ ông có thể mạnh miệng thốt ra như vậy, là vì ông rất tin tưởng vào chuẩn tắc "78 : 22".

Sự thực thì, chuẩn tắc "78 : 22" đã cho thấy tác dụng của nó một cách hết sức nhanh chóng. Ban đầu, ông thu được lợi nhuận 60 triệu yên, vượt hơn 5 triệu yên so với con số mà nhiều người đã dự tính. Bấy giờ lại đúng vào thời điểm đóng cửa mùa bán hàng giá rẻ trong năm. Thương nhân đó lập tức nắm lấy cơ hội, liên lạc với các cửa hàng vàng bạc đá quý bên New York. Bao nhiêu đá quý vừa được chuyển đến hầu như đều được khách hàng tranh nhau mua sạch. Tiếp đó, ông lại thiết lập thêm một số điểm tiêu thụ tại các vùng phụ cận Tokyo, công việc buôn bán hết sức thuận lợi. Mỗi điểm tiêu thụ đều thu được lợi nhuận không dưới 60 triệu yên mỗi ngày. Ngược lại, do không biết nắm bắt thời cơ ngay từ lúc đầu, đợi khi thị trường tiêu thụ trong

cả nước đã sôi nổi, công ty bách hóa s mới tung sản phẩm ra ngoài thị trường. Kết quả còn thảm hại hơn cả tình cảnh vốn đã tiêu điều *trước* đây của *cồng ty.*

Còn thương nhân Nhật Bản gốc Do Thái, đến tháng 2 năm sau, hạng ngạch tiêu thụ đá quý của cửa hàng đã vượt mức 300 triệu yên. Ông đã thực hiện được "câu nói ngông cuồng" mà mình từng thốt ra.

Công việc kinh doanh đá quý của ông đạt được thành công, bí quyết nằm*ở* đâu? Chính là *ở* chuẩn tắc "78 : 22". Ông xem đá quý là một mặt hàng xa xỉ mà những người có nhiều tiền và hơi nhiều tiền đều có thể mua được. Số người này tuy chỉ chiếm một tỉ lệ nhỏ dân số trong nước, nhưng lại sở hữu một số tiền rất lớn. Kiếm tiền từ số người này, lợi nhuận chắc chắn sẽ rất cao.

Đó là sự vận dụng tuyệt vời nhất chuẩn tắc "78 : 22" vào trong hoạt động kinh doanh của người Do Thái. Đây có lẽ cũng là lời giải thích thái độ cương quyết phản đối của người Do Thái đối với phương thức kinh doanh "lời ít bán nhiều". Số người mua tuy ít, nhưng nếu có thể đưa ra giá bán cao, giá trị chênh lệch của đơn vị thương phẩm cũng sẽ rất cao. Như thế, tất nhiên sẽ kiếm được nhiều tiền hơn phương pháp "lời ít bán nhiều".

Mở lối đi riêng, bán nhiều lời to

Không ít thương nhân xem "lời ít bán nhiều" là nguyên tắc tối cao trong kinh doanh. Giá cả thấp một chút, lợi nhuận của mỗi thương phẩm giảm đi một chút, là có thể thu hút nhiều khách hàng vào mua sắm, kiếm được nhiều tiền. Một số thương nhân thậm chí còn tôn sùng "lời ít bán nhiều" như kim chỉ nam "vàng" trên thương trường.

Tuy nhiên, người Do Thái lại rất xem thường phương thức kinh doanh này. Họ thường hỏi ngược lại một cách dí dỏm:

"Tại sao chỉ muốn lời ít bán nhiều', mà không phải là lời to bán nhiều'?"

Một người Do Thái am hiểu kinh tế luôn cho rằng, nếu cả xã hội đều tôn thờ nguyên tắc "lời ít bán nhiều", các doanh nghiệp sẽ tranh nhau giảm giá, thực hiện những chiến dịch bán hàng giá rẻ, như thế sẽ chẳng khác gì tự đưa cổ vào tròng, càng siết càng chặt, kết quả thảm bại đương nhiên không thể tránh khỏi. Vì "lời ít bán nhiều" có thể làm cho nhà doanh nghiệp lỗ vốn, bán đổ bán tháo, cuộc cạnh tranh sẽ dẫn tới con đường chết.

Vì vậy, các thương nhân Do Thái tự tin luôn giữ vững nguyên tắc "lời to bán nhiều". Thương phẩm của họ không bao giờ có chuyện giảm giá. Vì hàng tốt nên không giảm giá, vì không giảm giá mới có được lợi nhuận cao. Thương nhân Do Thái xem đây là một trong những bí quyết kinh doanh của họ.

Trước khi đưa ra tiêu thụ một loại sản phẩm gì, các thương nhân Do Thái luôn nói rõ lý do vì sao nó phải được bán với giá cao. Ví dụ như, để đưa ra tiêu thụ một loại máy châm cứu trị liệu mới, trước tiên họ phải đưa ra rất nhiều tư liệu thống kê, chứng minh loại máy trị liệu này có "công hiệu như thần", "trị được bách bệnh"; sau đó in phát những cuốn sách nhỏ để tuyên truyền, đăng các lá thư cảm ơn của những người bệnh đã được chữa lành nhờ dùng loại máy này. Cuối cùng, họ sẽ ghi chú thêm một dòng nhỏ: "Trong vòng một tháng đầu, chỉ bán với giá 666 đô la, muốn mua xin hãy nhanh chân!".

Người Do Thái tôn thờ nguyên tắc "lời to bán nhiều" còn do một nguyên nhân khác - họ hiểu rất rõ tâm lý khách hàng.

Người Do Thái thích trưng bày những sản phẩm ngoại nhập trong cửa hàng của mình, đặc biệt là các sản phẩm ngoại nhập cao cấp. Trên thực tế, một sản phẩm ngoại nhập có chất lượng không hơn một sản phẩm trong nước, nhưng vẫn có thể bán

được với giá gấp đôi sản phẩm sản xuất trong nước. Người có tiền luôn thích mua những sản phẩm ngoại nhập đắt đỏ, để thể hiện thân phận, địa vị của mình cao hơn người khác. Nắm bắt được tâm lý này, các thương nhân Do Thái đã không ngại nâng giá các sản phẩm ngoại nhập.

Ví dụ, thương nhân Do Thái có thể bỏ ra 80 đô la mua vào một bộ nữ trang, trưng bày ở nơi nổi bật nhất trong cửa hàng nữ trang cao cấp, sau đó bán với giá 800 đô la. Đối với một số phụ nữ, thứ thu hút họ không phải là chất lượng, mà là cái giá 800 đô la của bộ sản phẩm đó. Đương nhiên họ sẽ cho rằng, cái giá 800 đô la đủ chứng minh chất lượng của món hàng đó không phải là tệ. Nếu không, làm sao có thể bán với giá 800 đô la? Ngoài ra, bản thân cái giá 800 đô la cũng đủ làm rõ giá trị của người mang, thỏa mãn được tâm lý thích hư vinh của phụ nữ.

Nguyên tắc kinh doanh của thương nhân Do Thái thường đi ngược lại nguyên tắc của các thương nhân khác. Họ luôn nhắm đến mục tiêu "lời to bán nhiều". Đó là sự thể hiện trí tuệ kinh doanh độc đáo của người Do Thái.

Tuy nhiên, không phải lúc nào họ cũng cố gắng nâng cao vật giá. Trên thương trường, họ luôn hiểu rằng, cạnh tranh là điều không thể tránh khỏi. Vì vậy, họ cũng phải biết linh hoạt điều chỉnh giá cả sản phẩm cho phù hợp, và luôn phản đối những hành vi canh tranh không lành mạnh trong giới kinh doanh.

Nói chung, vận dụng linh hoạt các phương pháp điều chỉnh giá cả, tranh thủ nguồn lợi nhuận cao nhất có thể. thúc đẩy tốc độ tiêu thụ sản phẩm là bí quyết kinh doanh vô cùng hiệu quả của người Do Thái.

Kinh doanh xuyên quốc gia, có ý thức toàn cầu

© Vì tiền chạy bôn phương, kinh doanh xuyên quốc gia

Montesquieu từng nói: "Nơi nào có tiền, nơi đó có người Do Thái".

Suốt gần 2000 năm, người Do Thái không có quốc gia. Vì vậy, ngay từ khi sinh ra, họ đã trở thành những "công dân quốc tế"; thương nhân Do Thái không có thị trường cố định, điều này khiến họ trở thành "thương nhân thế giới".

Khi bắt đầu quần tụ trên vùng đất Canaan, dựa vào ưu thế đất đai, người Do Thái bắt đầu tiến hành các hoạt động buôn bán trong vùng hoặc thực hiện những chuyến

buôn xa. Đến thòi kỳ vương triều Solomon, người Do Thái đã tổ chức được những đội tàu buôn nhỏ và hạm đội quốc gia, tiến hành những cuộc viễn chinh đến An Độ, mua về những thổ sản quý giá như vàng, ngà voi, gỗ đàn hương, đá quý, khỉ và chim công.

Sau khi đất nước sụp đổ, người Do Thái bị bức hại phải lưu tán đến các nước trên thế giới, hoạt động buôn bán cũng di chuyển theo bước chân của họ. Dưới sự kỳ thị của nhiều chế độ thống trị và dân tộc trên thế giới, họ cứ phải bôn ba khắp nơi, học cách đối phó với những biến cố phát sinh trong cuộc sống và thương trường. Nhờ đó, họ am hiểu tình hình thị trường thế giới, kết giao được với những bạn hàng *ở* khắp các quốc gia.

Dân tộc Do Thái xem trọng giao ước, ngay từ rất sớm đã định ra những quy tắc giao dịch hết sức nghiêm ngặt và một hệ thống luật kinh tế hết sức rõ ràng. Điều này giúp họ có thể vượt qua biên giới quốc gia, dân tộc, dễ dàng chen chân vào thị trường các nước. Hơn nữa, những người Do Thái thông minh còn không quên học thuộc những quy tắc và pháp lệnh thương nghiệp của nước sở tại, tìm ra những khe hở hoặc những điều khoản có lợi cho hoạt động giao dịch của mình, để có thể dễ dàng tìm ra đối sách, giành được ưu thế. Có thể nói, thương nhân Do Thái là những người luồn

lách khe hở pháp luật một cách tự nhiên nhất, kiếm tiền một cách đường đường chính chính nhất.

Sau khi đạo Hồi hưng thịnh, do sự khác biệt về tín ngưỡng, thế giới Hồi giáo và thế giới Cơ Đốc giáo bước vào thời kỳ thù địch, đối chọi với nhau, làm đứt đoạn mối quan hệ mậu dịch giữa ba châu lục Á - Âu - Phi. Sự khác

biệt về tôn giáo, văn hóa khiến cho các thương nhân Đông - Tây khó thâm nhập vào thị trường của nhau. Nhưng đó lại là một cơ hội tuyệt vời mà "thượng đế" đã ban cho những người Do Thái tha hương không tổ quốc.

Thương nhân Do Thái giương đông kích tây, chuyển nam lên bắc, mở rộng giao dịch, thực hiện hết cuộc giao dịch này đến cuộc giao dịch khác, thu về túi mình không biết bao nhiêu lợi nhuận. Thế giới Hồi giáo và Cơ Đốc giáo thù địch lẫn nhau. Hình thái ý thức không trung lập, nhưng tiền thì trung lập. Chỉ cần đặt quan hệ làm ăn với người Do Thái, ai cũng đều là bạn bè. Đó là một trong những chuẩn tắc kinh doanh "vì tiền chạy bốn phương" của người Do Thái. Họ không chỉ tự mình bôn ba khắp chốn, mua vào bán ra, mà còn khích lệ đồng bào mình cùng nhau hăng hái thực hiện.

Có người nói, công hiến vĩ đại nhất của thương nhân Do Thái đối với sự hình thành thị trường thế giới là sự phát hiện ra lục địa châu Mỹ - việc phát hiện ra Tân đại lục là kết quả "rong ruổi" vì tiền của người Do Thái.

Không lâu sau khi Tân đại lục được phát hiện, đã có những cuộc di cư của người Do Thái, họ trở thành một trong những thực dân đầu tiên *ở*vùng đất này. Một thế kỷ sau, người Do Thái đã khống chế được hoạt động mậu dịch trên các vùng đất thực dân *ở* Tân dại lục, hoạt động xuất nhập khẩu hầu như đã hoàn toàn nằm trong tay của các thương nhân Do Thái. Họ vận chuyển nguyên vật liệu của Tân đại lục đến châu Âu, rồi lại đem công nghệ, thành phẩm từ châu Âu đến đất thực dân, qua đó thu

được những nguồn lợi khổng lồ. về sau, họ thậm chí còn lao mình vào những hoạt động buôn bán nô lệ đầy tội lỗi.

Nói chung, người Do Thái đã có những cống hiến to lớn cho việc hình thành thị trường kinh tế thế giới. Tất cả những việc làm đó đều bắt nguồn từ thói quen vì tiền chạy khắp bốn phương của người Do Thái.

Người Do Thái quả thực là những thương nhân có đẳng cấp thế giới.

Nhắm vào hai nguồn tài nguyên lớn: phụ nữ và cái miệng

Xã hội hiện đại, bất kỳ thứ gì cũng có thể trở thành thương phẩm, có thể nói "cơ hội thương mại là vô hạn". Nhưng buôn bán luôn có sự phân chia giữa lợi nhuận nhiều và ít, và cũng có cả vấn đề làm ăn ngắn dài. Có thương phẩm được tiêu thụ mạnh nhưng lợi nhuận lại rất thấp; có thương phẩm thị trường tiêu thụ không rộng, nhưng lợi nhuận lại rất cao; có những món hàng chỉ trong một hoàn cảnh và thời gian nhất định mới có thể mang lại lợi nhuận.

Khi đa số các thương nhân còn trong tình trạng mò mẫm, người Do Thái đã tiến hành phân loại thương phẩm. Họ cho rằng, bất kể quá khứ, hiện tại hay tương lai, "phụ nữ" và "cái miệng" luôn là hai nhân tố có thể khai thác để kiếm được nhiều tiền nhất. Kinh nghiệm của người Do Thái là: "Đàn ông làm việc để kiếm tiền, đàn bà sử dụng số tiền đàn ông kiếm được".

Trong cuộc sống không có gì quan trọng hơn ăn uống. Chỉ bằng cách đưa thức ăn vào bụng, để cơ thể tiêu hóa, hấp thu dinh dưỡng, con người mới có thể sống được, xã hội cũng nhờ đó mà phồn vinh, phát triển. Đó là một đạo lý hết sức đơn giản. Người Do Thái đã nắm bắt đạo lý này và mở ra một cơ hội kiếm tiền. Trải qua hàng ngàn

năm kinh nghiệm thực tiễn, họ đã tổng kết được một "chân lý": "cái miệng" cũng là một trong những đối tượng có thể khai khác để kiếm tiền rất hiệu quả.

® Nhắm thắng túi tiền phụ nữ

Khởi đầu lịch sử nhân loại, nam nữ cùng làm cùng ăn. Sau khi trải qua giai đoạn xã hội nguyên thủy, nhân loại dần dần tiến hóa, công việc trở thành nhiệm vụ chủ yếu của nam giới, phụ nữ dần thoát ly với công việc mà trở thành người trông coi bếp núc gia đình, sử dụng số tiền mà người đàn ông kiếm được. Và như vậy, tiền bạc trên thế giới hầu như đều được tập trung vào tay phụ nữ. Người Do Thái đã sớm nhìn thấu điểm này và không ngần ngại đề xướng khẩu hiệu "nhắm vào phụ nữ". Nói theo cách của họ là, "nhắm vào phụ nữ, đoạt lấy tiền bạc phụ nữ đang nắm giữ". Điều này cũng đồng nghĩa với việc trút số tiền mà người đàn ông phải vất vả kiếm được vào hầu bao của mình. "Phụ nữ" không chỉ là đối tượng để kiếm tiền, mà còn là "đối tượng đầu tiên" để kiếm tiền.

Nhắm trúng đối tượng "phụ nữ", tiền của nhất định sẽ ào ào đổ tới. Ngược lại, nếu chỉ nhắm vào đàn ông, công việc buôn bán nhất định sẽ thất bại. Vì nhiệm vụ của nam giới là kiếm tiền, mà kiếm tiền, hoàn toàn không có nghĩa là giữ tiền trong tay. Quyền giữ tiền, xài tiền phần lớn vẫn nằm trong tay của người phụ nữ.

Vì vậy, người Do Thái nhắc nhở chúng ta, kinh doanh nhắm đến "phụ nữ" là hết sức tuyệt vời, bất kể là kim cương lấp lánh, trang phục lộng lẫy, nhẫn vàng, trâm cài,

cho đến dây chuyền, bông tai... hay các loại túi xách tay cao cấp, tất cả đều mang lại một nguồn lợi nhuận khổng lồ, chỉ cần thương nhân vận dụng trí não một chút, nắm bắt thời cơ, lấy "phụ nữ" làm đối tượng kiếm tiền.

Công ty bách hóa cao cấp Macy danh tiếng trên khắp thế giới được thành lập bởi một thương nhân Do Thái tên là Strauss. Strauss khởi đầu là một công nhân, sau đó trở

thành nhân viên trong một cửa hiệu nhỏ. Trong giai đoạn làm thuê kiếm sống này, ông nhận thấy các khách hàng đến mua đa số đều là phụ nữ; cho dù có nam giới đi theo cũng chỉ để trả tiền, còn quyền quyết định mua hay không vẫn nằm trong tay phụ nữ.

Qua sự quan sát và phân tích của mình, ông cho rằng trong công việc buôn bán, nhắm vào nữ giới nhất định sẽ có một viễn cảnh khả quan. Đến khi tích lũy được một *số* vốn, ông liền tự mở một cửa hàng nhỏ lấy tên là Macy, bắt đầu kinh doanh trang phục phụ nữ, túi xách, mỹ phẩm...

Sau vài năm hoạt động, công việc buôn bán quả nhiên phát đạt, lợi nhuận thu được rất nhiều. Tiếp tục phát triển theo đường hướng đó, ông quyết định tăng thêm nguồn lực, mở rộng quy mô, giúp cho hạng ngạch doanh nghiệp của công ty tăng trưởng với tốc độ nhanh chống. Có được kinh nghiệm và nguồn vốn lớn, ông quyết định đa dạng hóa sản phẩm, triển khai kinh doanh các loại sản phẩm cao cấp như kim cương, trang sức bằng vàng, bạc. Công ty bách hóa Macy tại New York của ông gồm có 6 tầng, trong đó có 2 tầng dành để trưng bày trang phục thời trang (tuyệt đại đa số là trang phục dành cho nữ giới); một tầng dành để trưng bày kim cương và các đồ trang sức vàng,

bạc; một tầng dành để trưng bày hóa mỹ phẩm; hai tầng còn lại được dùng để trưng bày các loại thương phẩm tổng hợp. Có thể thấy, các sản phẩm dành cho phụ nữ đã chiếm giữ vị trí tuyệt đối trong công ty bách hóa Macy. Trải qua 30 năm kinh doanh, ông đã biến một cửa hiệu nhỏ bé thành một công ty hàng đầu thế giới. Thành công ấy rõ ràng có mối quan hệ rất lớn với việc lựa chọn “phụ nữ” làm mục tiêu kiếm tiền của ông.

® Kinh doanh nhắm vào cái miệng

Một nguồn tài nguyên khác được thương nhân Do Thái phát hiện và khai thác hiệu quả chính là cái miệng của con người. Có thể nói, miệng là một "cái động tiêu hóa không đáy". Trên thế giới hiện nay đã có hơn 6 tỉ cái "động không đáy", tiềm năng thị trường của nó là vô cùng lớn. Vì vậy, tất cả những gì mà thương nhân Do Thái kinh doanh có liên quan đến cái miệng như cửa hàng thực phẩm, cửa hàng đường, cửa hàng cá, cửa hàng trái cây, cửa hàng rau quả, nhà hàng, quán cà phê, quán bar, câu lạc bộ... đều rất phát đạt. Có thể nói một cách không khoa trương rằng, chỉ cần là thứ có thể cho vào miệng được, thương nhân Do Thái đều có thể kinh doanh, bởi đơn giản những món hàng đó đều có thể giúp họ kiếm tiền.

Thực phẩm di vào miệng đều phải trải qua quá trình tiêu hóa và bài tiết ra ngoài, nhu cầu hấp thu nguồn dinh dưỡng mới cũng không ngừng phát sinh, thương nhân cũng nhờ đó mà không ngừng kiếm được bộn tiền. Đương nhiên, kinh doanh thực phẩm không thể nhanh chóng kiếm lợi như kinh doanh các sản phẩm dành cho nữ giới. Vì vậy, đối với người Do Thái, sản phẩm dành cho nữ giới được đặt lên vị trí "thương phẩm số một", còn thực phẩm phải xếp *ở* vị trí "thương phẩm số hai". Số thương nhân Do Thái theo đuổi công việc kinh doanh "thương phẩm số một" nhiều hơn hẳn số thương nhân kinh doanh "thương phẩm số hai".

Đương nhiên, *ở* bất kỳ lĩnh vực kinh doanh nào, nếu chỉ cứng nhắc dựa vào những quy tắc kinh doanh thông thường thì rất khó mang lại hiệu quả. Nó đòi hỏi người kinh doanh phải có một đầu óc thông minh và một năng lực quan sát sâu rộng. Kinh doanh "cái miệng" cũng không ngoại lệ. Câu chuyện về một thương nhân Nhật Bản kinh doanh thành công món bánh mì nhân thịt dưới đây sẽ chứng minh cho lập luận trên.

Đó là một tĩ phú rất nổi tiếng người Osaka, và cũng là người sáng lập cửa hàng bánh mì nhân thịt Nhật Bản. Đầu thập niên 70 của thế kỷ 20, ông hợp tác với công ty

McDonald của Mỹ, cung cấp cho thị trường Nhật Bản một loại bánh mì nhân thịt giá rẻ chất lượng cao.

Khi bắt đầu hoạt động kinh doanh, các thương nhân Nhật Bản đều cười nhạo ông, cho rằng quyết định đưa bánh mì nhân thịt vào một thị trường quen dùng cơm như Nhật Bản chẳng khác gì một hành động tự đưa mình vào chỗ chết. Nhưng ông lại không cho là như vậy. Ông nhận thấy người Nhật có thể chất yếu đuối, thân hình thấp bé, điều này ắt hẳn có liên quan đến thói quen ăn cơm. Ông lại nhận thấy, hiệu ứng của các cửa hàng hamberger của Mỹ đang lan rộng ra toàn thế giới. Từ hai quan điểm ấy, ông nhận định, cùng là thực phẩm của “cái miệng”, tại Mỹ có thể tiêu thụ mạnh mẽ, thì không lý gì không tiêu thụ được tại Nhật Bản. Hơn nữa, theo quan niệm của người Do Thái, kinh doanh “cái miệng” nhất định sẽ kiếm được tiền. Chỉ cần đề ra biện pháp kinh doanh hữu hiệu, sao lại không thể thu được lợi nhuận?

Với niềm tin ấy, cửa hàng bánh mì nhân thịt của ông đã được khai trương. Không ngoài dự đoán, ngay ngày đầu tiên khai trương, khách hàng đã tranh nhau kéo đến, lợi nhuận vượt hơn tưởng tượng ban đầu của ông. Những ngày sau đó, lợi nhuận ngày một tăng cao, đến nỗi mấy giàn máy bán bánh mì tiên tiến nhất thế giới đã phải sử dụng hết công suất mà vẫn không thể đáp ứng kịp nhu cầu của khách hàng.

® Trực tiếp kiêm tiền từ phụ nữ

Người Do Thái rất biết kiếm tiền từ tay phụ nữ và tiền tiêu phí cho cái miệng của mọi người. Một số người còn trực tiếp biến phụ nữ thành công cụ kiếm tiền. Điều này có thể tạo nên một sự tranh cãi về mặt đạo đức. Nhưng người Do Thái không bao giờ câu thúc về phương thức kiếm tiền. Họ cho rằng, tất cả những biện pháp có thể kiếm được tiền đều là biểu hiện của trí tuệ thực sự. Hơn nữa, trong nền kinh tế thị trường hiện đại, có cầu ắt có cung. Thượng đế phân chia con người thành nam và nữ, phụ nữ

có một sức hấp dẫn đặc biệt đối với nam giới. Điều này ẩn hàm một cơ hội kinh doanh rất lớn.

Người sáng lập tạp chí *Playboy* là Hefner cũng đã dựa vào thương phẩm "phụ nữ" để tiến hành hoạt động kinh doanh của mình.

Hefner sinh ra trong một gia đình Do Thái ở thành phố Chicago. Ngay từ nhỏ đã thể hiện một trí óc thông minh, nhưng lại hết sức bướng bỉnh, lười học.

Trong thời gian học đại học, ông đọc được một quyển sách đang gây chấn động nước Mỹ bàn về các hành vi của nữ giới. Cuốn sách ấy đã khiến ông nảy sinh một hứng thú mãnh liệt đối với lĩnh vực này. Nó trở thành một trong những động lực thôi thúc ông sáng lập tờ tạp chí*Playboy* sau này.

Sau khi tốt nghiệp đại học, ông vào làm việc cho một tờ tạp chí biếm họa rồi sau đó là tờ tạp chí tiêu dùng ở Chicago. Nhưng ông vẫn luôn cảm thấy nếu chỉ làm một ký giả vô danh thì không xứng đáng với tài năng của mình, lương lại qua thấp. Thế là một ngày nọ, ông tìm đến phòng làm việc của tổng biên tập, đề xuất yêu cầu của mình:

"Xin tổng biên tập tăng thêm 40 đô vào tiền lương mỗi tháng cho tôi!"

"Hừ! Với trình độ như thế này, mà anh lại muốn đòi hỏi mức lương cao đến vậy sao?"

Tổng biên tập chẳng thèm liếc mắt nhìn đến anh chàng ký giả tự cao tự đại đang đứng trước mặt.

Cảm thấy mình bị xúc phạm, Hefner đùng đùng nổi giận, tuyên bố từ chức.

Không ngờ lần từ chức ấy lại giúp ông bộc lộ được tài năng của mình. Dựa vào kinh nghiệm trong thời gian làm việc *ở* hai tờ tạp chí, cộng với cái nhìn nhạy bén, thấy được tiềm năng kinh doanh to lớn đối với thương phẩm "phụ nữ", ông đã mượn vay

từ bố, em trai và ngân hàng, gom góp lại cũng được 10 ngàn đô la, lập ra tạp chí *Playboy.*

Hefner hiểu rõ, thành bại trong kỳ đầu tiên của tờ ; tạp chí có một ý nghĩa quyết định. Phát súng đầu tiên thành công, nhất định sẽ tạo được cơn sốt, bằng ngược lại, sẽ chẳng ai thèm ngó ngàng đến công việc của mình nữa, mà khả năng tài chính để xuất bản kỳ hai của tờ tạp chí cũng không còn. Hiểu rõ như vậy, ông tập trung tất cả tinh lực lên kế hoạch cho nội dung của kỳ thứ nhất, chọn một bức chân dung của nữ minh tinh Holywood là Marilyn Monroe làm hình bìa cho tờ tạp chí, đồng thời còn in một vài hình ảnh bán khỏa thân của Monroe bên trong tạp chí. Tháng 11 năm 1953, kỳ đầu tiên của tạp chí *Playboy* xuất hiện trên thị trường, rất nhiều độc giả chỉ vì muốn sở hữu những tấm ảnh mê hồn của nàng Monroe đã tranh nhau mua sạch. Hefner bấy giờ đã có thể thở phào nhẹ nhõm, bắt tay vào kế hoạch xuất bản cho kỳ tiếp theo.

Một tháng sau, ông đã tiêu thụ được hem 50 ngàn bản, nhiều hơn 10 ngàn bản so với số đầu tiên. Ông không chỉ thu hồi lại toàn bộ vốn đầu tư, mà còn kiếm được lợi nhuận rất cao, trong phút chốc trở thành một nhân vật tiếng tăm lừng lẫy.

Trong những kỳ xuất bản đầu tiên, *Playboy* chủ yếu lấy chân dung của Marilyn Monroe cũng như một số ngôi sao điện ảnh gợi cảm khác làm trang bìa và ảnh đính kèm trong tạp chí. Cùng với sự gia tăng chóng mặt của số lượng tiêu thụ (lượng tiêu thụ năm 1954 đã đạt con số 175 ngàn bản), tờ báo đã có được một số vốn đáng kể. Thế là, Hefner bắt đầu mời các người mẫu đến chụp hình, đưa những hình ảnh hết sức gợi cảm, tân kỳ ấy vào tạp chí, tạo thêm sức hấp dẫn mới cho *Playboy.* Ngoài ra, để mở rộng tuyên truyền, ông đã cho thành lập câu lạc bộ "Playboy" ở Chicago và nhiều thành phố khác trên đất Mỹ. Tuyển chọn những cô gái xinh đẹp gợi cảm, hóa trang thành những

“nàng thỏ”, dạo quanh các thành phố. Lượng tiêu thụ tạp chí lại càng tăng cao.

Việc tung lên *Playboy* những hình ảnh “nóng” của các ngôi sao điện ảnh, người mẫu hàng đầu thế giới, đồng thời còn tuyên bố “tình dục không phải là tội”, đã bị dư luận xã hội lên tiếng phản đối gay gắt. Nhưng khi tờ tạp chí đề xuất một quan điểm mới như phản đối ý thức bảo thủ, ủng hộ hợp pháp hóa việc phá thai... lại được mọi người tán thưởng, trở thành hình tượng của “cởi mở”.

Hiện nay, *Playboy* không chỉ trở thành một tờ tạp chí danh tiếng toàn cầu, mà thương hiệu *Playboy* cũng trở thành một trong những thương hiệu danh tiếng nhất trên thế giới.

Tính toán tinh tường, cân lượng phân minh

Trên thương trường, thương nhân Do Thái tuyệt đối không chấp nhận thái độ nước đôi ba phải hay hấp tấp vội vàng. Đặc biệt là khi bàn bạc đến các vấn đề có liên quan đến tiền bạc, họ luôn hết sức cẩn thận, tính toán cực kỳ chính xác từng đồng trong lợi nhuận thu được.

Có một câu chuyện như sau:

Một khách du lịch bị hư xe tại một ngôi làng hẻo lánh. Ông ta không thể sửa chiếc xe của mình. Một nông dân đề nghị ông đến gặp người thợ gò trong làng xem thử. Thợ gò trong làng vốn là một người Do Thải. Ông ta mở nắp đậy của động cơ, thò đầu vào bên trong quan sát, cầm lấy búa gõ một cái nhẹ vào động cơ - xe nổ máy!

“Tổng cộng 20 đô la”, người thợ gò lên tiếng một cách thản nhiên.

“Đắt thế!”, chủ xe kinh ngạc.

“Gõ một cái, giá một đô la, biết gõ ở chỗ nào, giá 19 đô la, tổng cộng 20 đô la”.

Người Do Thái luôn rõ ràng như vậy. Chỉ cần nghĩ có thể kiếm tiền, họ sẽ không hề đỏ mặt, rung tim để thu về cho bằng được. Trong một thời gian dài va chạm giữa thương trường, họ đã rèn luyện được một năng lực tính toán cực nhanh.

Nhờ vào khả năng tính toán nhanh, người Do Thái thường đưa ra những phán đoán hết sức thần tốc, giúp họ luôn nắm được thế chủ động trong các cuộc đàm phán mậu dịch, từng bước dồn ép đối phương cho đến khi giành được chiến thắng hoàn toàn.

Đối với người Do Thái, tính toán chính xác là để so sánh cân lượng phân minh. Ngược lại, đa số người phương Đông lại cảm thấy hổ thẹn với việc tính toán chi li. Trong mắt của người Do Thái, lợi nhuận cần thu vào, họ tuyệt đối không buông khỏi tầm tay. Họ không chỉ tính toán hết sức chuẩn xác, mà còn có thể đưa ra kết quả vô cùng nhanh chóng. Đó chính là biểu hiện cho trí thông minh của người Do Thái, và cũng là một trong những bí quyết giúp người Do Thái trở thành những thương nhân hàng đầu thế giới.

Người Do Thái kính trọng, suy tôn sự thông minh sáng suốt một cách đường đường chính chính, giống như thái độ của họ đối với tiền bạc vậy. Câu chuyện cười dưới đây sẽ thể hiện một cách sinh động thái độ này của người Do Thái.

Sau khi Mỹ và Liên Xô phóng thành công tàu vũ trụ có người lái, Đức, Pháp và Israel củng liên kết với nhau để bàn kế hoạch đưa người lên mặt trăng. Tên lửa đẩy và tàu vũ trụ đều được chế tạo xong, bước tiếp theo sẽ là tuyển chọn phi hành đoàn.

Chuyên gia tuyển chọn hỏi một ứng viên người Đức, trong điều kiện đãi ngộ như thế nào thì mới chịu tham gia vào phi hành đoàn.

"Cho tôi 3 ngàn đô la, tôi sẽ làm", anh chàng người Đức lên tiếng. "1 ngàn đô la giữ lại cho mình, 1 ngàn đô la cho vợ, 1 ngàn đô la còn lại để dành làm vốn mua nhà".

Chuyên gia tuyển chọn lại hồi tiếp ứng viên người Pháp. Anh ta trả lời:

"Cho tôi 4 ngàn đô la, 1 ngàn thuộc về tôi, 1 ngàn để cho vợ, 1 ngàn để trả số tiền đã mượn để mua nhà, 1 ngàn còn lại để cho người tình của tôi".

Riêng ứng viên Israel lại đề nghị:

"Phải trả 5 ngàn đô la tôi mới đi, 1 ngàn đô la để cho ông, 1 ngàn đô la để cho tôi, 3 ngàn đô la còn lại dùng để mướn phi hành gia người Đức".

Trí tuệ sáng suốt của người Do Thái trong câu chuyện cười trên đây có lẽ không cần phải bàn bạc phân tích thêm nữa. Người Do Thái không nhất thiết phải theo đuổi một công việc cụ thể (lái tàu không gian) và chỉ cần tính toán đến những con số, là đã có thể hưởng được sự đãi ngộ cao hơn người đồng nghiệp phải gánh chịu biết bao nguy hiểm trong chuyến bay đầu tiền ấy. Đó chính là một trong những điểm đặc sắc trong phong cách kinh doanh của người Do Thái.

Điều thú vị cần nhấn mạnh là, đây không phải một câu chuyện cười được các dân tộc khác đặt ra để châm biếm tính tham lam, tính toán của người Do Thái, mà nó là một sản phẩm do chính người Do Thái tạo nên. Qua đó cũng có thể thấy được quan niệm của người Do Thái về vấn đề này.

Bình tâm suy xét, trong câu chuyện cười kể trên, phi hành gia người Do Thái không hề bóc lột đồng sự người Đức. Phi hành gia người Đức vẫn nhận được 3 ngàn đô la theo đúng nguyện vọng cho công việc lái tàu vũ trụ của mình. Còn chuyện nhận được từ tay ai cũng chẳng có gì quan trọng hay khác biệt.

Nếu chỉ xét trên kết quả thực tế mà nói, đặt vào địa vị được "bỏ túi 1 ngàn đô la" như trong câu chuyện trên đây, phi hành gia của bất kỳ một quốc gia nào cũng sẽ cảm thấy hài lòng. Nhưng bất luận là trong chuyện cười hay trong thực tế cuộc sống, họ

cũng sẽ không thể đề xuất một yêu cầu như vậy, thậm chí có nghĩ cũng không nghĩ tới, vì sự "thông minh sáng suốt quá lộ liễu" ấy chắc chắn sẽ bị phủ định ngay trong tiềm thức: họ sẽ cảm thấy xấu hổ vì sự thông minh sáng suốt của mình!

Tuy nhiên, thông qua câu chuyện, chúng ta hầu như không cảm giác được sự thông minh sáng suốt "quá đáng" và ý thức xấu hổ của người Do Thái. Ngược lại, chúng ta chỉ nhận thấy một thái độ đắc ý, một tâm trạng dương dương tự đắc vì mình đã đưa ra được một ý tưởng thông minh sáng suốt đến thế. Đến chuyện có hay không có "quá ư lộ liễu", đều không nằm trong suy nghĩ của họ. Họ hoàn toàn xem "thông minh sáng suốt" là một chuyện đương nhiên, thậm chí là thứ rất đáng phô bày ra trước mọi người.

Có thể nói, đối với sự thông minh sáng suốt, không có gì là quan trọng hơn, cấp thiết hơn thái độ thẳng thắn vô tư.

Hardoon là một trong những phú thương danh tiếng bậc nhất tại Thượng Hải. Ông được xem là người Do Thái duy nhất đến lập nghiệp *ở* vùng đất này với hai bàn tay trắng. Tại Thượng Hải ngày trước, không ai là không biết đến sự thông minh sáng suốt của ông. Những câu chuyện về cuộc đời ông dường như đã trở thành huyền thoại. Ông thậm chí còn được đánh giá là một tấm gương điển hình của thương nhân Do Thái.

Hardoon có một công ty nhà đất riêng. Thời gian ông cho thuê những căn phòng thông thường và những mảnh đất có diện tích nhỏ đều rất ngắn, thông thường chỉ khoảng 3 đến 5 năm. Thời gian cho thuê ngắn, vừa kịp thời thu hồi khi có việc cần thiết, lại có thể dễ dàng tăng giá thuê mỗi khi tiếp tục hợp đồng. Trên đất đai của Hardoon, cho dù chỉ đặt một sạp hàng nhỏ, cũng phải nộp thuế.

Một anh thợ thuộc da đặt một cái sạp bên trong con hẻm thuộc sở hữu của Hardoon cũng phải nộp thuế mỗi tháng 5 đồng. Mỗi khi đến thu thuế, Hardoon luôn hòa nhã chúc anh ta: “Phát tài! Phát tài!”. Nhưng tiền thì không bao giờ bớt một đồng nào.

Cách tính toán thời gian thu thuế của Hardoon cũng : khác với mọi người. Bấy giờ, các ông chủ kinh doanh nhà

• đất *ở* Thượng Hải đều dựa theo Dương lịch để thu thuế, riêng ông lại dùng Âm lịch để ký kết hợp đồng và tính

• toán thời gian cho thuê. Chúng ta đều biết, một tháng 'dương lịch thường có 30 hoặc 31 ngày, trong khi một tháng ‘âm lịch thường chỉ là 29 hoặc 30 ngày. Vì vậy, cứ 3 năm ‘ âm lịch lại có một tháng nhuận, 5 năm lại nhuận tiếp một

tháng, 19 năm sẽ có 7 tháng nhuận. Cho nên thu thuế theo âm lịch, cứ 3 năm lại có thể thu thêm một tháng tiền thuê, 5 năm sẽ thu thêm 2 tháng tiền thuê và 19 năm sẽ thu thêm 7 tháng tiền thuê.

Sự thông minh sáng suốt của Hardoon có thể nói đã đạt đến mức cực cao. Khi các đồng nghiệp thời ấy sử dụng phương pháp thu thuế nhỏ của Hardoon nhưng lại không thể áp dụng rộng rãi phương pháp tính thuế theo âm lịch của ông, thì rõ ràng đã thể hiện sự chênh lệch trong khả năng tính toán của đôi bên, và càng cho thấy các thương nhân đương thời chưa thể có được thái độ thẳng thắn vô tư đối với sự thông minh sáng suốt như Hardoon: khi thương nhân các dân tộc khác hãy còn do dự không biết có nên phô bày nó hay không, thì khoảng cách giữa họ với các thương nhân Do Thái lại ngày một cách xa, và điều này cũng trở thành nhân tố quyết định vị trí thứ yếu của họ trong các cuộc giao dịch với các thương nhân Do Thái.

Cách làm linh hoạt: thị trường “Tự do ”

Từ xưa đến nay, dân tộc Do Thái nổi tiếng thế giới một phần cũng nhờ vào hệ thống “thanh quy giới luật” đa dạng của mình. Họ luôn cảm thấy tự hào và tôn kính đối với 613 điều luật của dân tộc mình. Có thể các dân tộc khác sẽ cảm thấy thắc mắc: “Lấy dây tự buộc mình, có gì mà tự hào kia chứ?”

Thắc mắc đó chủ yếu xuất phát từ sự thiếu hiểu biết về dân tộc Do Thái. Trong hiện thực cuộc sống, dân tộc Do Thái là dân tộc ít muốn chịu sự bó buộc nhất. Bởi vì,

quy định càng nhiều, càng tường tận, trên một ý nghĩa nào đó, điểm không bị hạn chế cũng càng nhiều. Ngược lại, một hạn chế mới xem qua dường như không có gì rõ ràng, nhưng thế này cũng không được, thế kia cũng không xong, khiến con người không biết phải cư xử như thế nào cho thích đáng. Vì vậy, khi đem ra so sánh, người Do Thái lại dành cho mình rất nhiều tự do. Sự tự do đó được biểu hiện trong thương nghiệp chính là - thương nhân Do Thái dường như không có khu vực cấm trong hoạt động làm ăn.

Người Do Thái không ăn thịt heo, vì đó là một điều cấm kỵ được ghi chép rõ ràng trong luật định của người Do Thái. Có điều, chỉ cần có thể kiếm được tiền, người Do Thái vẫn rất hăng hái trong việc... buôn bán thịt heo. Tại thành phố Chicago, có một người Do Thái chuyên nghề nuôi heo. Số heo trong trang trại của ông lên đến hơn 70 triệu con, 10% thị phần thịt heo của nước Mỹ bị khống chế bởi người Do Thái này. Qua đó có thể thấy, luật định liên quan đến thịt heo không hề có sức ràng buộc đối với hoạt động buôn bán thịt heo của người Do Thái. Bởi vì luật pháp chỉ ngăn cấm sự tiếp xúc giữa miệng và hệ thống tiêu hóa của người Do Thái với thịt heo, chứ không hề ngăn cấm một bộ phận nào khác trên thân thể tiếp xúc với heo.

“Talmud” không đánh giá cao vai trò của rượu khi nói rằng: “Khi ma quỷ muốn đến làm quen một người nào đó mà không có cơ hội, nó sẽ phái rượu đi thay cho mình”,

cách nói ấy cũng rất phù hợp với danh từ "ma rượu" mà chúng ta vẫn hay sử dụng - người say rượu chẳng khác gì ma quỷ.

Vì vậy, "Talmud" dặn dò người Do Thái rằng: "Tiền nên được dùng vào công việc mua bán, chứ không nên dùng vào việc rượu chè".

Vậy "tiền để dùng vào việc mua bán... rượu" thì thế nào? Tất nhiên đó sẽ là một công việc kinh doanh hoàn toàn hợp pháp và kiếm được nhiều tiền. Một mặt phải nghĩ cách không để tiền của mình chui vào thùng rượu của người khác, mặt khác phải tìm cách để tiền của người khác chui vào thùng rượu của mình.

Công ty sản xuất rượu Scotland là công ty sản xuất rượu lớn nhất thế giới được thành lập bởi người Do Thái. Năm 1971, công ty có 57 xưởng sản xuất rượu, phân bố ở Mỹ và khắp nơi trên thế giới, sản xuất 114 loại rượu khác nhau.

Người Do Thái không chỉ coi trọng việc thiết lập và tuân giữ giao ước, mà còn thần thánh hóa nó đến mức cao độ. Nhưng điều đó không có nghĩa là họ sẽ đưa tờ hợp đồng lên trên bàn thờ để cúng bái mỗi ngày. Ngược lại, chỉ cần có bên bán, bên mua, bản thân hợp đồng cũng trở thành một thương phẩm có thể đem ra mua bán. Đương nhiên, hợp đồng đó cần phải hợp pháp, đáng tin và có thể đem lại nguồn lợi.

Trong các thương nhân Do Thái, có một nhóm người được gọi là "factor", nghĩa là "đại lý thương nghiệp". Thực ra, cách dịch ấy không thực sự chính xác. Công việc chuyên môn của các factor là mua hợp đồng. Họ mua lại hợp đồng đã được ký kết của một công ty, xí nghiệp nào đó, thay thế bên bán thực hiện hợp đồng, qua đó tìm kiếm lợi nhuận cho mình.

Ví dụ, bạn đã ký kết một hợp đồng cung cấp hàng trị giá 2 triệu đô la cho một công ty nào đó. Sau đó có một factor nhận thấy có thể tìm được nguồn lợi bên trong hợp đồng này, anh ta sẽ tìm cách thương thảo giá cả, mua lại hợp đồng. Sau đó, đích thân

anh ta sẽ cung cấp hàng cho bên cần mua, phần lợi nhuận kiếm được tất nhiên phải cao hơn rất nhiều so với số tiền anh ta đã bỏ ra để mua lại hợp đồng từ công ty của bạn.

Hợp đồng là thương phẩm, công ty cũng là thương phẩm.

Người Do Thái rất thích thành lập công ty, đặc biệt là các công ty có thể kiếm được lợi nhuận. Có điều, phương thức được họ ưa chuộng nhất có lẽ là thành lập các cống ty có lợi nhuận cao, sau đó lại bán công ty để kiếm được lợi nhuận cao hơn nữa.

Có thể thấy rằng, "buôn bán không có khu vực cấm" không chỉ là không có khu vực cấm trong nội dung giao dịch, mà còn là không có khu vực cấm đối với đối tượng giao dịch.

Người Do Thái là công dân thế giới. Nhưng bất luận thế giới ngày nay đã phân chia thành bao nhiêu hình thái ý thức, người Do Thái vẫn chỉ có một hình thái ý thức - Thiên Chúa Jehovah và pháp luật của Người,.

Vì vậy, ngay cả thời điểm cuộc chiến tranh lạnh đang phủ trùm và bóp nghẹt bầu không khí hòa bình trên toàn thế giới, các thương nhân Do Thái ở Mỹ và Liên Xô vẫn tiến hành buôn bán với nhau. Chính phủ các quốc gia sao • có thể can dự vào công việc nội bộ của một gia đình?

Đối với câu nói "buôn bán không có khu vực cấm", cách lý giải tốt nhất sẽ là: "Nó thể hiện được bản lĩnh của người Do Thái trong hoạt động buôn bán, tức khả năng vượt qua những ảnh hưởng và cản trở từ cái nhìn thiên kiến hoặc một hình thái ý thức thuần túy nào đó. Thông qua đó, tạo ra cho mình một mức độ tự do hoạt động lớn nhất".

Lấy nhu khắc cương, dĩ hòa vi quý

Giao thiệp với người Do Thái, bạn sẽ thấy họ luôn giữ một gương mặt tươi cười. Bất kể việc buôn bán có thành công hay không, thậm chí vì chuyện hợp đồng mà phát sinh những ý kiến bất đồng, họ vẫn luôn hướng về đối tác với một nụ cười trên môi.

Thái độ hòa nhã của người Do Thái một phần được hình thành trong quá trình sống lưu lạc nơi đất khách quê người, chịu sự kỳ thị, bức hại của các dân tộc khác. Trong giao tiếp xã hội, hòa khí là một liều thuốc dung hợp hiệu quả, rất dễ tạo nên sức hút, lôi cuốn đối phương. Người Do Thái đã sớm lãnh hội được đạo lý ấy. Khéo léo xử lý mối quan hệ giữa người với người đã trở thành một kỹ năng cần thiết trên con đường kinh doanh của họ.

Người Do Thái cho rằng, trong suốt cuộc đời, mỗi ngày chúng ta đều đang thực hiện công việc "tiếp thị". Tiếp thị ý tưởng, kế hoạch, sức lực, phục vụ, trí tuệ và thời gian của mình. Nếu biết khéo léo "tiếp thị chính mình", chúng ta nhất định sẽ thực hiện được mục tiêu phấn đấu của mình.

Biết "tiếp thị chính mình", tất nhiên sẽ có thể chung sống hài hòa với mọi người chung quanh. Theo nghiên cứu của các nhà tâm lý học, tất cả mọi người đều muốn có sự kính trọng, quan tâm và đón nhận của người khác. Nhận thức được quy luật chung này, nên trong mọi lĩnh vực hoạt động của đời sống, bao gồm cả hoạt động buôn bán, người Do Thái luôn chú ý quan tâm đến mọi người chung quanh, làm cho họ nhận biết dược điều dó và sẵn sàng tiếp nhận mình. Bắt đầu từ nấc thang ấy họ vươn đến mục tiêu thành công.

Để giữ được hòa khí, người Do Thái vận dụng ba nguyên tắc sau đây:

Phương pháp thứ nhất: biến sáng kiến hay kiến nghị của mình thành của đối phương. Đây còn được gọi là "phương pháp câu cá", tức lấy sáng kiến hay kiến nghị của bạn làm mồi câu, khiến đối phương mắc mồi một cách tự nhiên không ngờ đến. Ví dụ

như, bạn muôn đối phương tiếp thu ý kiến của bạn, nếu nói “Anh đã từng nghĩ qua như vậy chưa?”, “Tôi nghĩ như thế này”, hay “Hãy thử phương pháp này xem sao” sẽ có hiệu lực hơn là nói “Chúng ta không làm theo cách này là không được”. Đó là phương pháp khiến đối phương cảm thấy ý kiến của bạn là ý kiến của chính họ, lòng tự tôn của họ đã được vỗ về. Như thế, ý tưởng hoặc sáng kiến của bạn sẽ dễ dàng được họ đón nhận.

Phương pháp thứ hai: để đối phương nói ra ý kiến của bạn. Thể diện không đơn thuần chỉ là vấn đề của người phương Đông, mà cả người phương Tây cũng rất xem trọng. , Vì vậy, cần phải chú ý đến vấn đề này khi đề xuất một ý ; kiến. Nếu ý kiến do bạn đề xuất lại đụng chạm đến vấn đề thể diện, bản năng tự nhiên của đối phương sẽ là từ chối tiếp thu. Ngược lại, nếu biết áp dụng phương thức đề xuất ý kiến một cách hòa nhã, uyển chuyển, đối phương sẽ không thấy mình có nguy cơ bị mất mặt. Hãy giữ thái độ bình thản và hòa nhã khi đề xuất ý kiến của bạn, sau đó hãy nói: “Tuy suy nghĩ như vậy, nhưng có thể vẫn còn nhiều điểm không thỏa đáng... không biết anh có suy nghĩ gì đối với vấn đề này, ý kiến anh thế nào?”. Cách nói ấy có thể khiến cho đối phương hoàn toàn tiếp thu ý kiến của bạn, vui vẻ nói: “Tôi cũng suy nghĩ như vậy, mong anh không phải bận tâm suy nghĩ thêm nữa!”.

Phương pháp thứ ba: lấy kết quả trưng cầu ý kiến thay thế cho chủ trương của mình. Theo kết quả điều tra của các nhà tâm lý học, khi biểu đạt cùng một ý kiến với đối phương, nếu dùng phương thức nói thẳng, sẽ rất dễ gợi lên thái độ phản đối của đối phương. Nhưng nếu sử dụng phương thức đặt câu hỏi để đề xuất một chủ trương, đối phương sẽ cho đó là ý kiến của mình mà vui vẻ tiếp nhận. Có thể thấy, cùng một ý kiến, nhưng cách diễn đạt khác nhau có thể dẫn đến những kết quả hoàn toàn khác nhau.

Hòa khí tạo ra của cải là bí quyết kinh doanh của người Do Thái. Dùng thiện ý giao tiếp với mọi người, mọi người tự khắc sẽ đối đãi lại bằng một thái độ ôn hòa, nhã nhặn. Như thế, khả năng thành công của cuộc giao dịch sẽ tăng lên gấp bội.

Khởi đầu từ buôn bán nhỏ, bước vào xã hội thượng lưu

Cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20, khi những người Do Thái vừa mới đặt chân lên đại lục Bắc Mỹ, đa số đều ở trong tình trạng nghèo đói, không đồng dính túi. Biện pháp duy nhất dành cho những người Do Thái này là, dùng 9 đô la làm tiền vốn để trở thành những người bán dạo trên đường phố. Họ phải bỏ ra 4 đô la xin giấy phép, 1 đô la mua giỏ, 4 đô la còn lại dùng để mua hàng. Những đại gia tộc Do Thái giàu có như Goldman, Lehman, Leob và Kuhn... đều khởi nghiệp từ công việc bán dạo trên đường phố. Con đường và phương thức làm giàu ấy, đối với người Do Thái là một chuyện hết sức bình thường và quen thuộc.

Trải qua thời gian dài, vị trí của người Do Thái đã có sự thay đổi to lớn. Là một quần thể đoàn kết, những người Mỹ gốc Do Thái đã vươn tới một mức sống và thu nhập ngày một cao hơn. Trong xã hội phồn vinh đó, người Do Thái được xem là người giàu của những người giàu. Xét về mặt chức nghiệp, ngoài hai lĩnh vực thương mại và tiền tệ, phần lớn người Mỹ gốc Do Thái đều theo đuổi nghề luật sư và bác sĩ. Họ đã từng bước tiến vào thế giới thượng lưu và luôn là người đứng vị trí hàng đầu.

Sức mạnh kinh tế của người Do Thái thật đáng kinh ngạc. Trong lịch sử của mình, bất kể hoàn cảnh có ác nghiệt đến bao nhiêu, đường đi có gian nan trắc trở thế nào, họ vẫn có đủ sức mạnh và lòng tin bước chân vào giai tầng cao của nền kinh tế. Phương pháp của họ là - phát triển từ đầu tư nhỏ rồi nhảy vọt vào giai tầng cao. Đó chính là bí quyết vận dụng kinh tế để đạt được chỗ đứng trong xã hội.

Kể từ năm 1840, khi gia tộc Ginzburg sáng lập ngân hàng đầu tiên trên đất Nga, trải qua mấy mươi năm kinh doanh, gia tộc này đã thành lập được một hệ thống ngân hàng trên khắp nước Nga, đồng thời còn thiết lập mối quan hệ nghiệp vụ rộng rãi với giới tiền tệ tại các quốc gia Tây Âu, phát triển thành tập đoàn ngân hàng lớn nhất nước Nga, là một gia tộc giàu có danh tiếng lẫy lừng thế giới.

Cũng giống như rất nhiều đại gia người Do Thái khác, trong quá trình phát triển sự nghiệp của mình, hoạt động từ thiên của gia tộc Ginzburg rất mạnh mẽ. Được sự đồng ý của Sa hoàng, gia tộc này đã xây dựng hai hội đường Do Thái ở St. Petersburg. Năm 1863, lại cho xây dựng Hiệp hội giáo dục phổ cập người Do Thái trên đất Nga; dùng thu nhập từ trang viên của gia đình ở miền nam nước Nga, xây dựng điểm định cư nông thôn Do Thái.

.Thương nhân người Mỹ gốc Do Thái Strauss cũng bắt đầu khởi nghiệp bằng công việc ghi chép hóa đơn cho một cửa hiệu, cuối cùng trở thành tổng giám đốc của một trong những cửa hàng bách hóa lớn nhất nước Mỹ. Vào những năm 30 của thế kỷ 20, Strauss đã trở thành một trong những tỉ phú giàu nhất thế giới. Trong quá trình đi đến thành công của mình, ông cũng đã có những hoạt động từ thiện hết sức lớn lao. Ngoài việc quan tâm đến phúc lợi cho các viên chức trong công ty, ông từng nhiều lần đến các khu ổ chuột ở thành phố New York để quyên góp tiền, xây dựng trạm khử trùng sữa bồ, đồng thời còn tổ chức hoạt động phân phát sữa bò đã được khử trùng cho trẻ em *ở* 36 thành phố khác nhau trên đất Mỹ. Tính đến năm 1920, ông đã quyên tiền xây dựng được 297 trạm cấp sữa tại Mỹ và các nước khác. Ông còn là người-hết sức tán thành và ủng hộ việc thành lập hệ thống y tế cộng đồng. Năm 1909, ông đã xây dựng được một cơ sở phòng trị bệnh dịch hạch tại bang New Jersey; năm 1911, ông đến thăm Palestine và quyết định dùng 1/3 tài sản của mình vào việc xây dựng trạm cung cấp sữa, bệnh viện, trường học, công xưởng tại đây, cung cấp các loại hình phục vụ cho người Do Thái di dân ở vùng đất này.

Thương nhân Do Thái thích làm từ thiện, trên thực tế cũng là một phương pháp kinh doanh. Họ nỗ lực quyên góp tiền để xây dựng các công trình phúc lợi, đương nhiên sẽ nhận được những tình cảm tốt đẹp của chính quyền địa phương. Nó trở thành một điều kiện hết sức thuận lợi cho họ triển khai các hoạt động kinh doanh với các đơn vị sở tại. Một số người đã được quốc vương phong tước nhờ vào những hoạt động công ích to lớn nơi quốc gia sở tại. Như quốc vương Anh từng phong tước vị Huân tước cho một thành viên trong gia tộc Rothschild. Một số thương nhân Do Thái còn được chính quyền sở tại dành cho những điều kiện hết sức ưu đãi trong phát triển ngành địa ốc, khai thác khoáng sản, tu sửa hệ thống đường sắt... Con đường kiếm tiền cũng nhờ đó mà ngày càng mở rộng.

Thương nhân Do Thái nhiệt tình quyên tiền thực hiện các công trình phúc lợi xã hội với mục đích thúc đẩy kinh doanh, có tác dụng rất lớn trong việc nâng cao danh tiếng của xí nghiệp, mở rộng ảnh hưởng, tranh thủ tình cảm tốt của đông đảo quần chúng nhân dân, tạo điều kiện củng cô’ và phát triển thị trường trong giai đoạn hiện tại và tương lai.

Ị Ngoài ra, “lấy thiện làm gốc” cũng là một nôi dung quan trọng trong sách lược kinh doanh của người Do Thái. Nó thúc đẩy tiêu thụ một cách hiệu quả. Sự thành bại của (nhà chính trị tùy thuộc vào sự ủng hộ của nhân dân; nhà . doanh nghiệp nhận được sự ủng hộ của khách hàng đối với sản phẩm và tác phong phục vụ của công ty mình mà kiếm được lợi nhuận. Có thể thấy, tất cả đều không nằm ngoài mối quan hệ giữa con người với con người. Thương nhân Do Thái hiểu rõ đạo lý ấy, nên luôn nhấn mạnh đến yếu tố “làm việc thiện” trong mọi hoạt động kinh doanh. Tranh thủ tình cảm của mọi người trở thành bí quyết dẫn đến thành công và giàu có của người Do Thái.

Hợp tác kinh doanh, đôi bên cùng có lợi

Người xưa nói: “Một cây làm chẳng nên non, ba cây chụm lại nên hòn núi cao”. Sức mạnh tập thể là một yếu tô" vô cùng quan trọng để vươn đến thành công. Đơn thương độc mã đánh thiên hạ, thực không phải là chuyện dễ dàng.

Trong cuộc chiến thương trường, người Do Thái hết sức coi trọng hợp tác. Họ cho rằng “tìm được một người bạn hợp tác đúng tầm, là đã thành công một nửa”. Hợp tác không chỉ giúp ta phát huy được sở trường, tránh được sở đoản, cùng nhau ngăn chặn rủi ro, hơn nữa còn có thể tăng cường sức mạnh của đôi bên.

Nhưng đâu là mẫu người có thể hợp tác tốt? Câu trả lời của người Do Thái hết sức rõ ràng: họ chỉ thích hợp tác với những người có kiến thức uyên bác, thông minh tài cán và có thực lực hùng hậu. Nói chung, tìm người hợp tác cũng quan trọng như tìm người yêu, mỗi người có một tiêu chuẩn và nhu cầu khác nhau không thể có một kết luận chung cho tất cả mọi người. Nhưng có một điều cần phải lưu ý: những người không có học vấn, không có nghề nghiệp chuyên môn, không có *sở* trường thì không thể hợp tác; những người đa nghi và không biết đối đãi với nhau bằng lòng chân thành thì không thể hợp tác; những người chỉ giỏi nói miệng, đến khi gặp nguy hiểm thì chỉ biết lo cho riêng mình thì không thể hợp tác; những người có tư tưởng cứng nhắc, bảo thủ thì không thể hợp tác. Đương nhiên, hợp tác với một người có thực lực, xem như có thể dựa bóng cây to hóng mát. Có điều, dù là hợp tác song phương, mỗi bên đều có những nhu cầu và lợi ích riêng. Bên có thực lực yếu cũng không nhất thiết phải nhân nhượng bên có thế lực mạnh hơn, để tránh tình trạng “tha thứ sinh hư”, đối phương nắm bắt được sở đoản của bạn, cuối cùng đẩy bạn ra khỏi cuộc chơi.

Người Do Thái luôn sử dụng lý trí trong việc lựa chọn bạn hợp tác, nhờ đó mà phần lớn những cuộc hợp tác của họ đều mang lại kết quả thành công tốt đẹp.

Ngoài ý thức về một dân tộc trường tồn bất diệt, quan niệm tập thể đoàn kết tương trợ đóng vai trò hết sức quan trọng trong nguyên tắc sinh tồn của người Do Thái.

Pháp luật Do Thái chủ trương, cho đi sự giúp đỡ là “trách nhiệm của người giàu”, nhận được sự giúp đỡ là “quyền lợi của người nghèo”. Trong những năm tháng gian nan vất vả, mỗi khi tích góp tiền thuế giao nộp cho quốc vương, những người giàu có luôn tự giác móc hầu bao cho những người nghèo khổ. Tiếp nhận, giúp đỡ người nghèo khổ là một thói quen hết sức bình thường của người 'Do Thái. Ngay cả một người Do Thái nghèo khổ, ngày ‘không có được ba bữa ăn cũng giữ một ống tiền tiết kiệm nhỏ, chuẩn bị bô" thí cho những gia đình còn nghèo khổ hơn mình.

Tuyệt đại đa số người Do Thái đều lấy lợi ích tập thể làm trọng, cho rằng cá nhân chỉ có thể tồn tại khi còn là một thành phần trong một tập thể đoàn kết, hỗ trợ lẫn nhau. Hơn nữa, quan niệm đó còn được thể hiện rất rõ trong đời sống hiện thực.

Trong những cuộc di dân mới ở vùng Địa Trung Hải, tuy không có một tổ chức chặt chẽ, nhưng ở rất nhiều khu vực, họ đã tự giác đưa ra hai quy định bất thành văn: mỗi tuần sẽ tập trung một lần, hoặc cử hành lễ cầu nguyện tập thể, hoặc tổ chức thảo luận, xem ti vi, thưởng thức nhạc...; trong việc lựa chọn nhà ở, người Do Thái cũng thể hiện được tính tập thể của mình, đó là sống tập trung tại một khu vực nhất định, để có thể kịp thời giúp đỡ lẫn nhau trong những lúc nảy sinh bất trắc.

Rõ ràng, người Do Thái đã dựa vào sức mạnh đoàn kết ấy để bảo vệ vùng đất định cư của mình, giành lấy cho dân tộc mình một cơ hội sinh tồn, và ngày một trở nên cường thịnh dù phải trải qua bao cuộc bức hại, thái độ miệt thị, đô" kỵ của các dân tộc khác.

Chú trọng hiệu suất, tăng giá trị thời gian

Trong Cách ngôn kinh doanh của người Do Thái có câu - "Chớ đánh cắp thời gian".

Câu cách ngôn vừa liên quan đến vấn đề kiếm tiền, lại gắn liền với vấn đề lễ độ của người Do Thái trong hoạt động kinh doanh. "Chớ đánh cắp thời gian" là một câu nói nhấc nhở người Do Thái, không được gây trở ngại cho người khác dù là một phút. Trong cách nhìn của họ thời gian chính là cuộc sống, sinh mệnh, là tiền.

Diễn giải theo cách nói của người Do Thái, một ngày làm việc 8 tiếng, họ luôn "tính toán theo kim giây'. Đến cả một nhân viên đánh chữ, chuông tan ca vừa vang lên, cho dù chỉ còn đánh thêm 10 chữ nữa là hoàn thành một tờ văn bản, anh ta cũng sẽ dứt khoát dừng lại, ung dung ra về.

Đối với những người Do Thái quý trọng thời gian như sinh mệnh, đánh cắp thời gian cũng giống như hành động ăn cắp tài sản của họ vậy.

Thương nhân Do Thái thường không hoan nghênh những vị khách lề mề, xem họ như là "kẻ trộm" của thời gian.

Có một thanh niên rất năng nổ trong bộ phận marketing của một công ty bách hóa. Để tiến hành điều tra thị trường, anh ta phải đến thành phố New York. Vi không muốn lãng phí gian, anh ta quyết định đến gặp trưởng phòng marketing của một công ty bách hóa của người Do Thái.

Sau khỉ đến nơi, anh ta nói rõ ý định của mình với nữ tiếp tân và được hỏi:

"Xin hỏi ông, ông đã có hẹn trước chưa ạ!"

Chàng thanh niên bất ngờ không biết trả lời sao. Sau một hồi định thần, anh ta lại thao thao bất tuyệt: "Tôi là viên chức ưu tú của công ty X, lần này đến New York khảo sát thị trường, vì cảm thấy có hứng thú với công việc kinh doanh ở chỗ các vị, nền có nhã ý muốn thỉnh giáo trưởng phòng marketing của quý công ty".

Xin lỗi thưa ông! Ông không có hẹn trước, nến tôi không the giúp gì cho ông được!".

Vậy là, chàng thanh niên ấy đã bị cự tuyệt ngay từ ngoài cửa.

Đối với người Do Thái, những vị khách chậm trễ, hay không mời mà đến chẳng khác nào tảng đá vướng chân, làm cản trở công việc kinh doanh. Trước khi tiến hành đàm phán thương mại, thương nhân Do Thái nhất định sẽ hẹn trước: Bắt đầu vào giờ nào, ngày nào, hội đàm trong bao nhiêu phút. Họ không bao giờ chấp nhận hành động đến trễ. Một khi đã vào văn phòng, sau một vài câu chào hỏi ngắn gọn, đôi bên sẽ lập tức tiến hành "đàm phán" -đó là tác phong điển hình của người Do Thái.

Người Do Thái xem trọng thời gian, theo một nghĩa nào đó là để nắm được quyền chủ động khi cạnh tranh, nắm bắt cơ hội trong kinh doanh.

Người Do Thái xem thời gian là tiền bạc, tính toán từng giây, từng phút. Các ông chủ khi trả lương sẽ tính theo từng giờ; khi gặp gỡ khách hàng, luôn luôn đến đúng hẹn; khi khách hàng đến thăm, nhất định phải có cuộc hẹn trước, nếu không sẽ dứt khoát từ chối.

Trong khi làm việc, người Do Thái xem khẩu hiệu "giải quyết lập tức" như một chuẩn tắc. Làm việc trì trệ đồng nghĩa với lãng phí thời gian. Trên bàn làm việc của những thương nhân Do Thái danh tiếng, bạn sẽ không bao giờ nhìn thấy một văn kiện "chưa xử lý" nào. Chất đống tài liệu đồng nghĩa bạn chưa nắm bắt được những thông tin mà các tài liệu ấy muốn gởi đến. Những tin tức ấy có thể liên quan đến việc giao dịch của công ty bạn, bao gồm cả những chính sách quan trọng, hiệu suất làm việc. Vì vậy, người Do Thái thường có thói quen sử dụng khoảng một tiếng đầu tiên trong ngày làm việc để xử lý các tài liệu và tuyệt đối không cho phép người khác quấy nhiễu, để tránh phân tán tinh thần, ảnh hướng đến chất lượng và hiệu suất xử lý các văn kiện.

Giá trị của thời gian được biểu hiện ở phương diện đuổi kịp thời vụ, dành ưu thế về giá cả trước đối thủ và chiếm lĩnh thị trường. Trong xu thế cạnh tranh khốc liệt của thị trường hiện nay, ai có thể đi trước một bước, giới thiệu được những sản phẩm chất lượng tốt, giá cả hợp lý là có thể thu được lợi nhuận rất cao.

Một nhà kinh doanh kim cương đã tận dụng ngày thứ bảy để thu lợi nhuận. Vì các ngân hàng đều ngừng hoạt động khá sớm vào ngày đó, ông có thể tận dụng tối đa thời gian dùng chi phiếu mua kim cương, rồi ngay lập tức bán lại số kim cương trước khi các ngân hàng mở cửa hoạt động lại vào ngày thứ hai, lấy số tiền lời để trả tiền hàng.

Ông tận dụng khoảng thời gian ngưng hoạt động hơn một ngày của ngân hàng, "tạm hoãn trả tiền", số chi phiếu không có giá trị của ông còn chưa bị thu hồi lại, chỉ cần ông có thể chuyển vào tài khoản của mình một số tiền mặt tương ứng với số chi phiếu mà ông đã dùng trong ngày thứ bảy, thì có thể xem như ông không hề khai chi phiếu khống. Cách trì hoãn thời hạn trả tiền này đơn giản chỉ là lợi dụng thời gian biểu của hoạt động thị trường, không hề xâm phạm đến quyền lợi hợp pháp của bất kỳ một người nào.

Tiền gởi ngân hàng là tiền chết

Có một câu chuyện hên quan đến người Do Thái như sau:

Một người Do Thái trước lúc lâm chung, đã gọi tất cả bạn bè thân hữu đến để trăn trối. Ông nói:

"Xin đổi tất cả tài sản của tôi thành tiền mặt, (dùng số tiền ấy đi mua một cái mền và một cái giường cao cấp nhất, sau đó đặt số tiền còn dư bên cạnh gối của tôi. Đến khi

tôi chết, hãy chôn số tiền ấy xuống mộ phần của tôi, tôi muốn đem nó sang bên kia thế giới".

Theo lời phó thác, toàn bộ số tiền còn lại đã được đặt vào quan tài của ông. Bấy giờ, có một người bạn từ xa hay tin đã vội đến viếng thăm ông lần cuối cùng. Khi biết toàn bộ chuyện này, ông lập tức móc trong túi ra một cuốn chi phiếu, ghi vào con số tương đương với số tiền mặt, sau đó lại lấy hết số tiền mặt từ trong quan tài ra, rồi vỗ vỗ vào vai của người bạn mới chết:

"Số tiền trong tờ chi phiếu vừa bằng với số tiền mặt của anh, chắc hẳn là anh sẽ hài lòng".

Trên thương trường, người Do Thái luôn quán triệt "chủ nghĩa hiện kim".

Họ cho rằng, chỉ có tiền mới bảo đảm cho cuộc sống và sinh mệnh của họ, giúp họ có thể đối phó với những bất trắc ngoài ý muốn.

Tiền gởi vào ngân hàng đáng lý sẽ càng được bảo đảm hơn, vì sao người Do Thái cứ khăng khăng nhắm đến tiền mặt?

Trong lịch sử, dân tộc Do Thái thường xuyên phải đối mặt với cảnh bị xua đuổi, cướp đoạt. Họ có thể bị giết, bị tịch thu tài sản bất cứ lúc nào. Trong hoàn cảnh đó, ngân hàng đổi với họ, căn bản không có gì gọi là "bảo đảm". Biện pháp an toàn nhất đối với họ là giữ chặt tiền mặt bên mình. Bản thân có thể bị đuổi đi, nhưng tất cả tiền bạc phải được mang theo.

Sở dĩ người Do Thái không tin tưởng việc gởi tiền vào ngân hàng, còn do một số nguyên nhân sau đây:

Gởi tiền ngân hàng, chắc chắn có thể thu được lợi tức, nhưng nếu trong thời gian ấy, vật giá lại không ngừng tăng cao, theo đó, giá tri tiền tệ sẽ giảm xuống, giá trị của những đồng tiền gởi trong ngân hàng cũng bị giảm thảm hại.

Một yếu tố quan trọng hơn nữa là, người Do Thái cho rằng, tiền gởi vào ngân hàng là tiền chết, bất kể tài sản có lớn đến mức nào, sau khi truyền được vài đời, đều sẽ biến thành con số không.

Ngoài ra, người Do Thái cũng đã tính toán, nếu đem một số tiền lớn gởi vào ngân hàng, khi người gởi tiền chết, tất yếu phải nộp cho quốc gia sở tại thuế thừa kế, mà loại thuế này luôn cao hơn mức lợi tức gởi tiền. Vì vậy, lợi tức thu được từ việc gởi tiền xem như đã không còn.

Do đó thương nhân Do Thái thường nói:

“Rốt cuộc thì hôm nay anh ta mang theo bao nhiêu tiền?”

“Số vốn lưu động của công ty đó trong ngày hôm nay trị giá bao nhiêu?”

Trong thời buổi hiện nay, đa số thương nhân quốc tế đều dùng chi phiếu, tài khoản chứ không dùng tiền mặt để tiến hành trao đổi mậu dịch. Người Do Thái cũng đã vượt ra khỏi truyền thống của dân tộc, nhưng họ vẫn cho rằng: “Gởi tiền kiếm lời là vô ích”.

Có điều, câu nói ấy dã có thêm một hàm nghĩa mới, đó là cố gắng không gởi tiền, đặt tiền vào trạng thái lưu động không ngừng, tiền sinh tiền, giống như quả cầu tuyết càng lăn lại càng lớn - như vậy mới là cách sử dụng tiền hiệu quả nhất.

Dùng vốn của người khác để kiếm tiền

Bất kỳ quá trình phát triển kinh tế nào cũng đều có một giai đoạn gọi là "tích lũy nguồn vốn nguyên thủy". Những danh gia vọng tộc, con cháu đương nhiên sẽ được kế thừa một nguồn vốn rất lớn làm tiền đề tiến lên phía trước. Còn với những người nghèo khó, nguồn vốn luôn trở thành một vấn đề nan giải cho bước đầu khởi nghiệp của họ. Và thông thường, cách giải quyết đơn giản nhất chính là đi vay. Nhưng một người nghèo đói, không đất cắm dùi thì ai dám bỏ tiền ra cho anh ta mượn?

Các ngân hàng hiện đại đều có những quy định hết sức chặt chẽ. Đối với một người cùng khổ, "quỹ thế chấp" của họ khó lòng đáp ứng được yêu cầu từ phía ngân hàng. Vì vậy, muốn mượn được tiền từ ngân hàng còn khó hơn cả lên trời. Người Do Thái sống nơi đất khách quê người, chịu sự kỳ thị, bài xích của các dân tộc khác, không quyền không thế, muốn vươn lên, thật không phải là chuyện đơn giản. Tuy nhiên, rất nhiều người Do Thái đã dựa vào trí tuệ siêu phàm của mình, thêm vào đó là sự cần mẫn, tính nhẫn nại mà hoàn thành được giai đoạn "tích lũy nguồn vốn nguyên thủy", từng bước trở thành những thương gia bậc nhất.

® Khéo lợi dụng tiền của người khác để làm giàu

So với vua tàu thuyền thế giới Onassis, Ludwig còn vượt trội hơn. Thời ấy Ludwig có trong tay mình 6 đội tàu chở dầu lớn nhất thế giới. Ngoài ra, ông còn kinh doanh trong *các* lĩnh vực du lịch, địa ốc, khai thác khoáng sản thiên nhiên.

Lúc mới vào ngành vận tải biển, ông đã phải tốn rất nhiều công sức để trục vớt một chiếc tàu chạy dầu diesel dài khoảng 9m đã bị chìm dưới đáy biển từ lâu. Sau đó, ông lại phải bỏ ra 4 tháng để tu sửa con tàu, rồi đem ra nhận thầu, thu được 50 đô la. Sau đó ông mua thêm một chiếc tàu chở hàng cũ, định tu sửa nó thành một chiếc tàu chở dầu, nhưng lại không vay được tiền để trang trải. Rồi ông nghĩ ra cách. Ông cho một công ty dầu mỏ thuê chiếc tàu chở dầu cũ vẫn còn hoạt động tốt. Sau đó ông đi tìm giám đốc ngân hàng, nói rằng ông có một chiếc tàu chở dầu đang cho một công ty

dầu mỏ thuê, tiền thuê sẽ được phía công ty dầu mỏ chuyển trực tiếp vào ngân hàng theo định kỳ mỗi tháng để thanh toán tiền lãi. Cuối cùng Ngân ị hàng New York cũng đã cho ông vay tiền.

Mặc dù không có vật thế chấp, nhưng công ty dầu mỏ được ông cho thuê chiếc tàu chở dầu cũ lại có tiềm lực rất mạnh. Ngoại trừ tai họa do thiên nhiên và giặc giã gây ra, bằng ngược lại tiền thuê của công ty dầu hỏa nhất định sẽ được chuyển đến đúng thời hạn. Hơn nữa, ông đã tính toán rất kỹ, tiền thuê tàu của công ty dầu hỏa vừa đủ để đắp vào tiền lãi ngân hàng. Cách làm này tuy mạo hiểm, nhưng nó chính là khởi đầu cho những thành công sau này của ông.

Có được tiền, ông mua ngay chiếc tàu chở dầu rồi bắt tay vào việc sửa chữa, biến nó thành một chiếc tàu chở dầu có công suất lớn. Cũng như lần trước, ông cho thuê lại nó, sau đó lại lấy tiền cho thuê làm thế chấp, tiếp tục mượn thêm một số vốn nữa, rồi lại mua tiếp một chiếc tàu khác, và cứ thế tiếp tục, số tàu của ông ngày một nhiều thêm.

Chìa khóa cho thành công của Ludwig là ông đã tìm ra được diệu sách khéo mượn “thế” của người khác để làm cho mình trở nên mạnh hơn. Bằng cách đó, ông đã gây dựng được mối quan hệ làm ăn với công ty dầu mỏ. Có được công ty dầu mỏ làm điểm tựa, ngân hàng đương nhiên sẽ vui vẻ cho ông vay tiền. Mặt khác, ông dùng số tiền vay được từ ngân hàng để mua một chiếc tàu chở dầu tốt hơn, rồi cho công ty dầu mỏ thuê, sau đó lại mượn tiền, khéo léo tận dụng số tiền vay được để củng cố thực lực của mình. Với vòng xoay đi mượn và cho thuê đều đặn như vậy, đội tàu của ông ngày càng nhiều hơn, “thế” của ông cũng ngày càng manh hơn.

Qua câu chuyên điển hình trên đây, chúng ta có thể nhận thấy một điều, người Do Thái không chỉ khéo léo trong việc mượn tiền người khác, mà còn cực kỳ uyển

chuyển trong việc vay mượn sức manh của họ để phát triển hay phục vụ cho chính mình.

® Nương theo sức gió, đưa mình lên cao

Bất kể trong lĩnh vực kinh tế, chính trị hay khoa học kỹ thuật, người Do Thái đều rất khéo léo trong việc mượn "thế", mượn "trí" của người khác.

Michael Fribourg, một thương nhân Do Thái lỗi lạc, người dã biến một cửa hàng thực phẩm nhỏ thành một tập đoàn cung cấp lương thực thực phẩm xuyên quốc gia. Nói đến nguyên nhân thành công của Fribourg, chúng ta có thể nhấn mạnh đến hai nhân tố là nguồn lực thông tin

khoa học kỹ thuật tiên tiến và khả năng mượn "lực" từ đội ngũ nhân tài cao cấp của công ty. Ông đã không tiếc vốn, không ngừng áp dụng những thiết bị kỹ thuật tiên tiến nhất thế giới, đồng thời sẵn sàng trả mức lương cực cao, mời các nhân tài quản lý kinh doanh về làm việc cho công ty. Bằng cách đó, khả năng nắm bắt thông tin của công ty ngày càng linh hoạt, chủ động, đội ngũ lao động ngày càng lành nghề, năng lực cạnh tranh luôn vượt trên ĩ các đối thủ khác. Tuy ông phải bỏ ra rất nhiều tiền, nhưng cũng thu về nhiều gấp mấy lần, có thể gọi là "chịu lỗ ít, giành lợi cao".

Công ty của Rockefeller làm ăn ngày càng phát đạt. Nhưng ông vẫn là một kẻ tay trắng khởi nghiệp, nguồn vốn có hạn. Khi phải cạnh tranh với một số đối thủ, ông luôn *ở* vào thế yếu, vì vậy mà kế hoạch lũng đoạn thị trường tiêu thụ dầu thô của ông đành tạm gác sang bên.

Qua điều tra và thận trọng phân tích, ông nhận thấy tuyến đường sắt nối liền từ vùng khai thác đến các công ty dầu mỏ chỉ được sử dụng trong những lúc cần thiết, .tính bất thường đó khiến ngành đường sắt gặp phải rất '.nhiều khó khăn. Rockeleler suy tính, một khi ông ký kết với phía đường sắt một họp đồng bảo đảm lượng dầu

chuyên chở hằng ngày, chắc chắn sẽ là chiếc phao cứu sinh cho ngành đường sắt trong tình trạng hiện tại. Và đương nhiên, ngành đường sắt sẽ phải vui vẻ chấp nhận một mức chiết khấu đặc biệt cho phía ông. Và điều này chỉ có phía ông và công ty đường sắt biết thôi. Với mức giá vận chuyển ưu đãi, khả năng cạnh tranh của công ty tất nhiên sẽ cao hơn ĩ công ty còn lại, giấc mộng lũng đoạn thị trường dầu) chỉ còn là vấn đề thời gian.

Sau đó, Rockefeller đã nhanh chóng tiến hành đàm phán với Goult, một trong hai gã khổng lồ của ngành đường sắt Hoa Kỳ lúc bấy giờ. Hai bên cuối cùng đã đạt được một thỏa thuận: Rockefeller bảo đảm mỗi ngày sẽ vận chuyển 60 xe dầu, phía đường sắt sẽ chấp nhận mức chiết khau 20%.

Như vậy, ông không chỉ đánh bại được quyền lũng đoạn của ngành đường sắt, mà còn giảm được đáng kể giá thành vận chuyển dầu mỏ. Tiếp theo đó, với giá dầu thấp hơn các đối thủ, ông đã nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường, tăng cường thực lực cạnh tranh, tiến gần đến mục tiêu khống chế thị trường dầu mỏ thế giới hơn.

Từ khi bước lên con đường văn minh, nhân loại luôn cần đến biện pháp mượn "thế", mượn "lực". Nguyên lý đòn bẩy chính là một phát minh vĩ đại của việc "mượn lực". Tiếp sau đó là nguyên lý ròng rọc đơn. Cùng với sự phát triển của thời đại, con người biết cách tổ hợp các ròng rọc đơn có kích cỡ khác nhau để nâng những vật thể nặng hơn nữa. Đến nay, chì cần một người ngồi trên ghế của xe cần cẩu, là đã có thể dễ dàng nâng được những container, khối đá nặng hàng chục tấn. Dựa vào trí tuệ, con người có thể phát huy sức mạnh đến mức cao nhất.

Trong tất cả hoạt động của con người, bất kỳ thành công nào cũng là kết quả của quá trình áp dụng nguyên lý ròng rọc, mượn sức mạnh của người khác để phát huy sức mạnh của mình đến mức cao nhất.

Ông vua thép Carnegie đã viết một câu trên phần mộ của mình như sau: “Nơi đây yên nghĩ một người có khả năng tìm kiếm những người tài năng hơn mình”. Đúng vậy, Carnegie có thể trở thành một ông vua thép từ một công nhân bình thường, chính là nhờ vào khả năng chiêu mộ được rất nhiều nhân tài phục vụ cho xí nghiệp của mình, giúp cho năng lực kinh doanh của ông tăng lên gấp vạn lần.

Nói chung, người Do Thái hiểu rằng, không thể có chuyện một bước lên trời, nhưng có rất nhiều biện pháp “lên trời” khác nhau. Tìm được biện pháp đúng đắn, tất sẽ tiết kiệm được sức lực mà lại nhanh chóng hoàn tất quá trình. Khéo “tiết kiệm sức lực”, giỏi “mượn lực” của người, là một bí quyết độc đáo cho thành công của người Do Thái.

Sa-Đéc, Nov 1, 2015

Chương V Đầu Cơ Và Cho Vay: Cuộc Chơi Của Người Do Thái

Morgan: bậc thầy đầu cơ, dùng liên minh thoát khỏi hiểm nguy

Ngay từ thời còn trẻ, chàng thanh niên Morgan đã đi khắp miền Bắc nước Mỹ và châu Âu, sau đó dừng chân học tập tại Trường đại học Georgia-Augusta của Đức.

Sau khi tốt nghiệp đại học, ông vào làm việc *ở* công ty thương mại Duncan. Với một tố chất đặc biệt và kinh nghiệm sống phong phú, ông đã đảm đương công việc của mình một cách tương đối xuất sắc. Tinh thần gan dạ, mưu trí, mạo hiểm hơn người của ông thường khiến cho ban lãnh đạo công ty Duncan kinh ngạc.

Một lần, ông đang trên đường công tác từ Paris đến New York, một người lạ mặt gõ cửa bước vào và hỏi rằng:

“Nghe nói ngài là người chuyên phụ trách công việc buôn bán thương phẩm, đúng không?”.

“Có liên quan gì đến ngài không?”.

Morgan cảm nhận được tâm trạng lo lắng của người mới bước vào.

“ồ! Thưa ông, tôi có việc muốn nhờ ông. Tôi có một chuyến tàu cà phê cần xử lý ngay lập tức. Số cà phê đó vốn thuộc sở hữu của công ty X, hiện nay đã bị phá sản. Do

Không có cách gì bồi thường phí vận chuyển, nên họ đã quyết định lấy chuyến tàu cà phê này làm vật thế chấp cho phía chúng tôi. Nhưng tôi lại không có nghiệp vụ về lĩnh vực này. Ngài có thể mua lại số cà phê này giúp chúng tôi không? Giá rất rẻ, chỉ bằng một nửa giá bán trên thị trường”.

“Rất gấp sao?”, Morgan nhìn thẳng người đàn ông xa lạ.

“Đúng là rất gấp. Nếu không số cà phê này sẽ không bán rẻ đến mức như vậy”.

Vừa nói, người đàn ông đưa một bịch cà phê mẫu cho Morgan xem.

“Tôi đồng ý mua”. Morgan liếc qua bịch cà phê rồi lập tức trả lời.

“Thưa ngài Morgan, ngài khinh suất quá, ai có thể đảm bảo toàn bộ chuyến tàu cà phê đều có chất lượng giống như bịch hàng mẫu này kia chứ?”

Một người bạn ngồi bên cạnh lên tiếng cảnh giác ông.

Lời nhắc nhở ấy rõ ràng là rất hữu lý. Vào thời bấy giờ, kinh tế thị trường đang trong tình trạng hỗn loạn, chuyện lừa lọc, gài bẫy lẫn nhau nhan nhản. Chỉ nói riêng chuyện mua bán cà phê, công ty Duncan đã phải chịu mấy đòn khốn đốn.

“Tôi sẽ không bị lừa đâu! Không mau quyết định, số cà phê này sẽ lọt vào tay người khác”.

Nhưng vì không được công ty tán thành, nên ông viết thư xin cha mình hỗ trợ tài chính để trả tiền cho lô hàng

cà phê được mua dưới danh nghĩa công ty Duncan. Đồng thời, dưới sự giới thiệu của người đã đến thỉnh cầu ông mua lại chuyến tàu cà phê hôm nọ, ông lại tiếp tục mua thêm rất nhiều chuyến tàu cà phê giá rẻ khác nữa.

Kết quả không nằm ngoài dự đoán của ông, không lâu sau khi mua được số hàng cà phê giá rẻ ấy, cà phê Brazil quả nhiên gặp phải một trận sương giá, sản lượng giảm manh, giá cà phê nhanh chóng tăng lên gấp hai, ba lần.

Năm 1862, cuộc chiến tranh Nam Bắc Mỹ bùng phát dữ dội. Tổng thống Lincoln ban bố "mệnh lệnh thứ nhất", tiến hành tổng động viên, đồng thời ra lệnh cho lực lượng Hải quân và Lục quân thực hiện chiến lược tiến công toàn diện.

Morgan cùng với con trai của một nhà môi giới đầu tư phố Wall là Shacham đã thương lượng với nhau một kế hoạch đầu cơ.

Trước tiên, họ mua vào một *số* vàng trị giá gần 5 triệu đô la. Sau đó, họ chuyển một nửa sang Luân Đôn, một nửa giữ lại, rồi cô" ý tiết lộ việc chuyển vàng sang Luân Đôn cho các giới hữu quan biết. Theo tính toán của họ, chỉ cần dân chúng biết được tin tức thất bại mới nhất của quân đội phương Bắc, giá vàng sẽ lập tức tăng vọt. Khi đó, họ sẽ bán một nửa *số* vàng còn lại ra ngoài thị trường.

Quả nhiên, khi tin tức "bí mật" của Morgan và Shacham bị tiết lộ ra ngoài, thị trường phố Wall rơi vào tình trạng khủng hoảng, giá vàng lập tức tăng cao, giá vàng Luân Đôn cũng theo đó mà nhích lên không ngừng. Đương nhiên, lúc đó Morgan và Shacham chỉ ngồi yên mà kiếm được món tiền kếch xù.

Tham vọng kiếm tiền đã khiến họ dám liều lĩnh xem thường mọi thứ, kể cả quốc gia, pháp luật, lợi ích dân tộc. Chính phủ Mỹ hạ lệnh tiến hành điều tra nguyên nhân cuộc khủng hoảng kinh tế lần đó. Bản kết quả điều tra đã viết như sau:

"Nguyên nhân gây ra cuộc khủng hoảng kinh tế lần này là do tác động của một cuộc đầu cơ. Người đứng sau lưng thao túng toàn bộ chuyện này là một thanh niên có tên là Morgan."

Bấy giờ, Morgan lại đang tính đến cuộc đầu cơ thứ hai.

Năm 1871, chiến tranh Pháp Phổ kết thúc với thất bại thuộc về nước Pháp. Chính phủ Pháp rơi vào tình cảnh hỗn loạn. Một mặt phải bồi thường cho Đức 3 tỉ franc chiến phí, một mặt phải lo khôi phục nền kinh tế đã bị tàn phá nặng nề bởi chiến tranh. Tất cả những công việc này đều cần một số tiền rất lớn. Chính phủ Pháp phải phát hành một đợt trái phiếu trị giá 250 triệu franc.

Sau khi tiến hành đàm phán với mật sứ Pháp, Morgan quyết định đảm nhận trọng trách thúc đẩy tiêu thụ số trái phiếu khổng lồ ấy. Nhưng làm cách nào để ông có thể hoàn thành được nhiệm vụ đầy gian nan này?

Có một biện pháp là liên minh các ngân hàng ở phố Wall thành một tổ chức nhận mua trái phiếu quốc gia có quy mô lớn, nguồn vốn hùng hậu. Bằng cách đó, ông có thể phân tán mối nguy hiểm lên nhiều tổ chức tiền tệ khác nhau, mà trước đây, trách nhiệm ấy thường chỉ đổ dồn lên một cơ cấu tiền tệ duy nhất. Và như vậy, bất chấp những nguy hiểm có thể gặp phải, số trái phiếu khổng lồ kể trên vẫn có thể được tiêu thu hết.

Morgan trình bày suy nghĩ của mình với Shacham. Shacham kinh ngạc thốt lên:

“Lạy Chúa tôi! Không phải là anh đang muốn khiêu chiến với truyền thống và quy tắc chơi của thị trường phố Wall đấy chứ?”

Shacham không hề nói sai, suy nghĩ của Morgan đã thực sự đụng chạm đến truyền thống của thị trường phố Wall, và cũng đi ngược lại truyền thống của các sở giao dịch, ngân hàng đầu tư *ở* trung tâm tiền tệ Luân Đôn và các trung tâm tiền tệ lớn khác trên thế giới.

Morgan nhận thức được rằng: nguy cơ bùng phát làn sóng phản đối là không thể tránh khỏi, nhưng sự việc không đến nỗi tệ hại như Shacham đã tưởng tượng, và cơ hội nhất định sẽ đến.

Đúng như dự liệu của Morgan, tin tức vừa được truyền đi, tựa như một quả đạn pháo khổng lồ được thả xuống mặt hồ phẳng lặng, gây nên một cơn sóng lớn lan tỏa khắp cả mặt hồ.

Cùng với sự tranh luận ngày thêm sôi nổi, thị trường đầu tư phố Wall cũng bắt đầu chịu ảnh hưởng. Tất cả đều cảm thấy mơ hồ về tương lai của thị trường phố Wall, không ai dám khinh suất manh động.

Giữa lúc đó thì các nhà đầu tư bắt đầu tìm cách thoái thác:

"Hiện nay, điều mà thị trường phố Wall cần có là sự bình ổn, bất luận phải dùng cách gì".

Bấy giờ, họ lại kỷ thác hi vọng trấn an dư luận cho Morgan.

Tư duy chiến lược, năng lực quan sát và óc quyết đoán của Morgan đều vượt trội hơn người. Trong một tình thế vô cùng nguy cấp như thế, ông vẫn giữ thái độ điềm nhiên, cuối cùng giành được chiến thắng. Tất cả những điều ấy đã chứng minh, chiến thắng của ông là chiến thắng của một kẻ mạnh, chứ không chỉ là chiến thắng của một người khéo lợi dụng dư luận.

Morgan được xem là nhân vật vĩ đại của thị trường tiền tệ thế giới, người đã sáng lập nên một kỷ nguyên mới cho thị trường phố Wall. Suốt cuộc đời ông là một quá trình theo đuổi đồng tiền. Số tiền mà ông kiếm được không dưới con số 10 tỉ đô la. Nhưng sau khi ông chết, di sản chỉ còn lại 17 triệu đô la.

Ông dựa vào đầu cơ để khởi nghiệp, nhưng lại chán ghét những trò lừa gạt trong đầu cơ, vì vậy mà ông đã quyết tâm thay đổi những điều tệ hại của thị trường phố Wall, sáng tạo nên một thể chế quản lý kinh doanh phù hợp với tinh thần thời đại. Để kiếm tiền, ông có thể sử dụng thủ đoạn, nhưng lại đặc biệt coi trọng và thích đề bạt những con người có lòng trung thành.

Morgan qua đời khi ông chuẩn bị đón mừng sinh nhật lần thứ 76, những chiến lược kinh doanh thành công của ông vẫn còn ảnh hưởng đến thị trường phố Wall cho đến tận hôm nay.

Rothschild và Baruch: bậc thầy nắm bắt thòi gian

Nathan Rothschild là con trai thứ ba trong gia tộc Rothschild - một gia tộc Do Thái lừng lẫy trong giới tiền tệ, từng tham gia rất nhiều hoạt động kinh doanh địa ốc và thị trường đầu tư cổ phiếu. Sự biến đổi trên sắc mặt của ông, có thể ví như một chiếc máy dự báo thời tiết trong làng giao dịch cổ phiếu.

Ngày 20 tháng 6 năm 1815 là một ngày hết sức đặc biệt, mọi người đều tập trung vào sắc mặt và động thái của Nathan.

Trước đó một hôm đã xảy ra một sự kiện khiến cả thế giới quan tâm - quân đội Anh - Pháp bắt đầu giao chiến tại Waterloo. Trận chiến ấy sẽ quyết định vận mệnh của cả hai nước, và sẽ ảnh hưởng đến sự tăng giảm của giá cả cổ phiếu hai nước.

Chiến trường Waterloo nằm cách thủ đô nước Anh rất xa. Mà vào thời bấy giờ, cả vô tuyến điện, máy bay hay tàu hỏa đều không có, chỉ có tàu hơi nước. Tất cả tin tức chỉ có thể chuyển đi bằng ngựa hoặc tàu hơi nước. Mọi người chỉ có thể chờ đợi tin tức từ phía quân đội phát đi. Giữa lúc đó Nathan bắt đầu tuôn công trái Anh ra ngoài.

Tin tức nhanh chóng truyền khắp thị trường cổ phiếu.

Người Anh phải nếm mùi thất bại, mau bán cổ phiếu Anh quốc.

Mọi người tranh nhau bán cổ phiếu ra ngoài, tạo thành một cuộc khủng hoảng lớn, kéo giá cổ phiếu Anh rớt xuống thảm hại.

Đến khi công trái Anh rớt xuống tận đáy, Nathan lại đột nhiên mua vào ồ ạt.

Mọi người trước đây theo ông bán ra cổ phiếu, bây giờ không hiểu lại phát sinh chuyện gì.

Đến lúc ấy, tin thắng trận của quân đội Anh cũng vừa truyền đến Luân Đôn, giá công trái Anh tăng lên theo một đường thẳng.

Chỉ trong mấy tiếng đồng hồ, Nathan đã thu vào cho mình mấy triệu bảng Anh, đơn giản như một nhà ảo thuật có khả năng biến giấy thành tiền.

Thực ra, Nathan không hề chơi trò mạo hiểm, mà tất cả đều nằm trong vòng kiểm soát của ông. Nathan không chỉ dựa vào thông tin từ phía quân đội, mà ông còn có cách nắm bắt thông tin thắng bại trước cả lực lượng quân đội.

Từ lâu, người con thứ năm trong gia tộc Rothschild đã thiết lập được *ở*Châu Âu một mạng lưới tình báo rộng khắp, chuyên thu thập các thông tin tình báo về kinh tế, chính trị và quân sự. Thông tin nội bộ được trao đổi hết sức thường xuyên và nhanh chóng. Chính vì lẽ đó, gia tộc Rothschild luôn nắm được rất nhiều thông tin tình báo quan trọng trước khi nó được công bố rộng rãi. Tầm quan trọng của chiến trường Waterloo đương nhiên lại càng được chú ý nhiều hơn.

Thương trường cũng là chiến trường, và thông tin là một nhân tố vô cùng quan trọng cho cả hai mặt trận đó. Bản lĩnh của Nathan thể hiện *ở* những hành động đưa ra sau khi nắm được thông tin. Một người bình thường nếu nghe được tin thắng trận của quân đội Anh, nhất định sẽ tung hết vốn liếng tranh mua cổ phiếu Anh. Và đương

nhiên là không ai chịu bán cho ai. Chính vì thế Nathan lại dùng đến cao chiêu “muốn giữ phải buông”, đánh lạc hướng dư luận, lợi dụng sự chênh lệch thời gian nắm bắt thông tin, nhờ đó có thể “biến đá thành vàng”.

Bernard Baruch là nhà doanh nghiệp, nhà chính trị, triết học lừng danh của Mỹ. Ông là một trong số ít những nhà doanh nghiệp có thể trở thành tỉ phú trước tuổi 30.

Năm 1916, ông được tổng thống Wilson ủy nhiệm làm cố vấn cho 'hộ quốc phòng”, chủ tịch “hội đồng quản lý nguyên liệu, khoáng sản và tiền tệ”, sau đó lại đảm nhiệm chức vụ chủ tịch “hội đồng công nghiệp vận tải đường sắt”. Năm 1946, ông trở thành đại diện của Mỹ trong úy ban năng lượng nguyên tử của Liên Hiệp Quốc. Trong thời gian làm việc tại đây, ông đã đề xuất một kế hoạch hết sức nổi tiếng - “kế hoạch Baruch”, kêu gọi thành lập một tổ chức quốc tế, nhằm mục đích khống chế việc sử dụng năng lượng nguyên tử và kiểm soát các thiết bị năng lượng nguyền tử. Trong suốt cuộc đời hoạt động của mình, ông luôn nhận được sự tôn trọng của hầu hết mọi người, mọi giới.

Lúc mới khởi nghiệp, Baruch đã dựa vào năng lực nhạy bén bẩm sinh đối với thông tin của thương nhân Do Thái, chỉ trong một đêm mà trở thành triệu phú.

Đêm ngày 3 tháng 7 năm 1898 (Baruch chỉ mới 28 tuổi), ông đang trò chuyện cùng cha mẹ, đột nhiên, một tin tức được phát ra từ đài phát thanh:

“Hạm đội Tây Ban Nha bị hải quân Mỹ tiêu diệt tại San Diego”. Điều này đồng nghĩa chiến tranh giữa Mỹ và Tây Ban Nha sắp sửa đến hồi kết thúc.

Hôm ấy lại đúng vào ngày chủ nhật. Theo thông lệ, sở giao dịch chứng khoán của Mỹ sẽ đóng cửa vào ngày thứ hai. Trong khi *sở* giao dịch chứng khoán Luân Đôn vẫn hoạt động bình thường. Baruch lập tức ý thức được rằng, nếu ông có thể đến được

văn phòng làm việc của mình vào trước buổi sáng, ông có thể kiếm được món tiền rất lớn.

Chúng ta cần phải biết rằng, đến năm 1898, xe hơi vẫn chưa ra đời, xe lửa lại ngừng hoạt động vào ban đêm.

Trong tình cảnh đó, Baruch lại nảy ra một ý: ông chạy đến trạm xe lửa, thuê một chiếc xe lửa chuyên dụng. Và dưới ánh sáng mập mờ của những ngôi sao, chuyến xe lửa lao đi như một mũi tên lướt gió. Cuối cùng, ông đã đến được phòng làm việc của mình trước khi trời sáng, tranh thủ khoảng thời gian mà các nhà đầu tư khác vẫn còn chưa kịp "tĩnh" lại, thực hiện một *số* cuộc giao dịch quan trọng.

Baruch không hành động giống như Rothschild. Ông không chiếm được ưu thế thời gian khi nhận được thông tin, nhưng ông lại có thể nắm bắt được những thông tin hữu dụng cho mình, từ đó nhanh chóng đưa ra quyết sách đúng đắn. Khi hồi tưởng lại những thành công của mình, ông luôn quy công sáng tạo phương pháp nắm bắt thông tin và chủ động thời gian này cho gia tộc Rothschild. Có thể thấy, trong "tính toán lý tính" đối với vấn đề thông tin, ông xứng đáng được gọi là "hậu sinh khả úy".

Thương nhân Do Thái xem trọng việc thu thập và lợi dụng thông tin, đương nhiên cũng sẽ hết sức cẩn trọng trong việc bảo mật thông tin của mình, không để đối thủ nắm bắt được. Đây cũng chính là một ưu thế rất lớn f cho các thương nhân Do Thái trong thời đại cạnh tranh kinh tế gắn liền với cạnh tranh thông tin hết sức khốc liệt này.

Hammer và Rockefeller: tin tưởng phán đoán của mình

Hammer và Rockefeller là những đại biểu kiệt xuất cho tinh thần kinh doanh mạo hiểm của người Do Thái.

Lần mạo hiểm lớn nhất của Hammer là tại Liby. Vào thời kỳ Liby còn bị quân đội Italy chiếm lĩnh, với hi vọng có thể tìm được mỏ dầu, Mussolini đã chi ra không dưới 10 triệu đô la cho công việc thăm dò dầu mỏ *ở* Liby, nhưng kết quả chỉ là con số không. Công ty dầu mỏ Esso sau khi bỏ ra mấy triệu đô la mà vẫn chưa thu được kết quả gì khả quan, đang chuẩn bị kế hoạch rút lui, nhưng may mắn lại phát hiện được dầu *ở* miệng giếng cuối cùng. Công ty dầu mỏ Shell cũng tiêu tốn khoảng 5 triệu đô la, nhưng các miệng giếng được khai thác lại không có giá trị thương mại. Trước khi đến với Liby, công ty dầu mỏ Occidental đang chuẩn bị tiến hành vòng đàm phán thứ hai với chính phủ nước này về việc chuyển nhượng đất khai thác, phần lớn khu vực được cho thuê là những vùng đất mà một số công ty trước đây đã bỏ qua.

Hammer tuy rất có lòng tin, và dù ông đã có mối quan hệ rất tốt với quốc vương Liby nhưng tương lai vẫn là điều không thể nắm chắc. Bởi vì, ông không chỉ không đủ kinh nghiệm về phương diện này, hơn nữa, khi phải canh tranh với những đối thủ nặng ký trong giới dầu mỏ thế giới, thực lực chênh lệch quá lớn, đúng như mọi người vẫn thường đánh giá là “châu chấu đá xe”. Nhưng điều đó không hoàn toàn mang tính quyết định.

Hammer đã tiến hành đấu thầu vùng đất phía tây. Phương thức đấu thầu của ông rất đặc biệt. Hồ sơ đấu thầu được dùng theo hình thức giấy chứng nhận da dê. Sau khi cuộn tròn, lại dùng ba dải lụa đỏ, xanh, đen -tượng trưng cho quốc kỳ Liby để cột lại. Trong giấy đấu thâu, ông đã viết thêm một điều: “Chúng tôi tình nguyện trích ra 5% lợi tức chưa trừ thuế, phục vụ cho sự nghiệp

phát triển nông nghiệp của Liby. Ngoài ra, ông còn hứa sẽ tìm kiếm nguồn nước cho quốc gia “ít nước nhiều dầu” này. Kết quả sau cùng, Hammer thắng thầu được hai khu vực, khiến các đối thủ nặng ký khác phải kinh ngạc. Cả hai khu vực đó điều là những nơi đã bị các công ty trước đây bỏ lại sau khi tốn không biết bao nhiêu tiền

bạc mà chẳng thu hoạch được gì. Sau khi cho khai thác trên hai miếng đất đó mà không có được giọt dầu nào, các cổ đông trong công ty bắt đầu mất lòng tin vào Hammer.

Nhưng Hammer vẫn tin tưởng vào trực giác của mình. Sau mấy tuần nảy sinh những mâu thuẫn giữa nhà sáng lập với các cổ đông, miệng giếng có dầu đầu tiên đã được tìm thấy. Tiếp theo đó, lại có thêm 8 miệng giếng được phát hiện có dầu, hơn nữa còn là nguồn dầu cao cấp hơn hẳn các giếng dầu thông thường khác. Điều quan trọng nữa là, vị trí của các giếng dầu lại nằm *ở* phía tây của kênh đào Suez, rất thuận tiện cho việc vận chuyển. Cùng thời gian này, *ở* miếng đất còn lại, đội ngũ thăm dò cũng đã tìm được một miệng giếng phun dầu tự động với sản lượng 7 triệu 30 ngàn thùng mỗi ngày. Đó là giếng dầu ị lớn nhất của Liby. Tiếp đó, Hammer lại đầu tư 150 triệu đô la, tu sửa và xây dựng một đường ống dẫn dầu có khả năng vận chuyển 1,3 triệu thùng mỗi ngày.

Bằng cách đó, Công ty dầu mỏ Occidental đã vươn lên vị trí thứ 8 trong số các công ty dầu mỏ thế giới.

Thành công trong một loạt hành động mạo hiểm của Hammer, chính là nhờ vào trí tuệ và lòng dũng cảm của ông. Hammer là một nhân vật tiêu biểu cho tính mạo hiểm của người Do Thái. Bên cạnh ông, còn có một doanh nhân Do Thái lừng lẫy khác, mà khí phách, lòng dũng cảm và

trí tuệ cũng khiến cho cả thế giới phải kinh ngạc thán phục, đó chính là Rockefeller.

Vào thập niên 80 của thế kỷ 19, liên quan đến vấn đề có nên mua lại các mỏ dầu của Lima hay không, Rockefeller và các đồng sự của mình đã có những mâu thuẫn hết sức nghiêm trọng. Mỏ dầu Lima mới được phát hiện vào thời điểm đó, nằm *ở* ranh giới giữa tây bắc Ohio với phía đông của Indiana. Nguồn dầu *ở* đây chứa hàm lượng

lưu huỳnh rất lớn, khi tiến hành phản ứng hóa học thì phát ra một mùi lạ giống như mùi trứng thối, mọi người gọi nó là "dầu chua". Không một công ty dầu mỏ khí đốt nào muốn mua loại dâu có chất lượng thấp như vậy, ngoại trừ Rockefeller.

Khi Rockefeller đề xuất ý kiến mua lại mỏ dầu Lima, các thành viên trong ban điều hành công ty hầu như đều lên tiếng phản đối, kể cả một số trợ thủ đắc lực được ông tín nhiệm nhất. Vì chất lượng của mỏ dầu này quá thấp, giá cả cũng thấp đến cực điểm; tuy sản lượng dầu rất lớn, nhưng chưa có ai đề xuất được một phương pháp chiết xuất hữu hiệu. Tuy nhiên, Rockefeller vẫn tin tưởng sẽ tìm được biện pháp tối ưu để chiết xuất lưu huỳnh ra khỏi dầu. Thấy tình thế có phần bế tắc, Rockefeller bắt đầu tung đòn "uy hiếp", tuyên bố tự mình mạo hiểm "đầu tư loại dầu này", hơn nữa sẽ không tiếc hi sinh bất cứ thứ gì.

Trước thái độ cương quyết của Rockefeller, ban điều hành của công ty đã phải nhượng bộ, cho phép công ty bỏ ra 8 triệu đô la mua lại mỏ dầu Lima. Đó là mỏ dầu dầu tiên được công ty mua về. Sau đó, Rockefeller đã mời một nhà hóa học người Do Thái đến nghiên cứu vấn dề khử lưu huỳnh *ở*mỏ dầu này. Sau hai năm tiến hành thực nghiệm, vẫn chưa thể tìm được một biện pháp khả thi. Trong thời gian đó, rất nhiều ủy viên bắt đầu tỏ ra hoài nghi với kế hoạch mua lại mỏ dầu của Rockefeller, nhưng cuối cùng việc nghiên cứu cũng đã thành công.

Kỳ tích vĩ đại đó đã chứng minh Rockefeller thực sự có một cái nhìn cực kỳ sáng suốt, đồng thời còn thể hiện được tinh thần mạo hiểm hơn người của ông.

Aaron Lincoln: người cho vương thất Anh Quốc vay nợ

Trong bí quyết kinh doanh của người Do Thái, có một tuyệt chiêu là - khéo cho vay, qua đó thu được lợi tức cao, kiếm được lợi nhuận lớn. Số người Do Thải nhờ cho vay

mà trở nên giàu có thì nhiều vô số, Aaron Lincoln chỉ là một gương mặt điển hình trong số đó.

Khi mới di cư tới Anh, Aaron Lincoln không có bao nhiêu vốn liếng. Nhờ công việc làm thuê, ông đã tích lũy được ít tiền, sau đó tự đứng ra buôn bán nhỏ. Từ thực tiễn í kinh nghiệm của mình, ông phát hiện ra rằng, cái giá của việc vay tiền người khác là quá cao, thậm chí gấp mấy lần lợi nhuận thu được từ hoạt động kinh doanh. Aaron Lincoln bắt đầu suy nghĩ, nếu mình có văn phòng cho vay, không phải sẽ dễ dàng thu được lợi nhuận mà tính nguy hiểm cũng giảm đi sao? Kể từ đó, ông bắt đầu vạch ra kế hoạch theo đuổi sự nghiệp cho vay.

Muốn cho vay thì bản thân phải có một *số* vốn thật lớn. Mà số vốn hiện có của Aaron Lincoln lại quá ít ỏi, làm sao có thể thực hiện giấc mơ này?

Thông qua hoạt động kinh doanh, Aaron Lincoln đã dần tích lũy được một số vốn nhất định, đáp ứng nhu cầu vay nóng của một số nhà kinh doanh và nhà sản xuất đang cần tiền gấp, thu được lợi nhuận rất cao. Không ít người vì nhu cầu cấp bách, sẵn sàng chấp nhận vay tiền với lợi tức lên đến 20% mỗi tháng. Nguồn vốn của ông ngày một tăng lên. Không đầy mấy năm, ông đã trở thành một người cho vay có tiếng *ở* Luân Đôn.

Aaron Lincoln khởi nghiệp bằng hoạt động cho vay, về sau đến vương thất Anh cũng trở thành đối tượng cho vay chủ yếu của ông. Giới quý tộc và giáo hội Anh cũng là những khách hàng quan trọng của ông. Rất nhiều giáo đường *ở* Anh đã được xây dựng bằng số tiền vay được từ Aaron Lincoln. Cũng thông qua hình thức vay tiền từ Aaron Lincoln, rất nhiều căn hộ đã được mọc lên tại thủ đô Luân Đôn, bản thân Aaron Lincoln cũng thu được những khoản lợi tức khổng lồ.

Sau khi Aaron qua đời, tính sơ qua số tài sản của ông, vàng bạc và châu báu có thể chất đầy cả một chiếc thuyền, bên cạnh đó còn có một loạt các giáo đường và công trình kiến trúc khác, cùng với 15 ngàn bảng Anh tiền cho vay chưa được thu hồi. Vào thời điểm 800 năm trước, 15.000 bảng Anh đã là một số tiền khổng lồ. Vào thời đó, thu nhập trong một năm của vương thất Anh cũng chỉ trên dưới 10 ngàn bảng Anh. Điều đó cũng có nghĩa là, tài sản của Aaron Lincoln còn nhiều hơn cả vương thất Anh.

Để thu hồi số tiền cho vay khổng lồ này của Aaron Lincoln, vương thất Anh đã cho thành lập một ủy ban đặc biệt, chuyên trách công việc thu nợ của những người đã vay từ Aaron Lincoln. Năm 1187, vua Anh ra lệnh chất

đầy vàng bạc châu báu của Aaron Lincoln lên một chiếc tàu, chuẩn bị chuyển đi sử dụng trong cuộc chiến tranh với nước Pháp. Nhưng thời tiết bất trắc đã nhận chìm con tàu tại eo biển Anh, toàn bộ tài sản cũng bị chôn vùi dưới đáy biển.

Mặc dù tài sản của Aaron Lincoln không được truyền lại cho người sau, nhưng bằng hoạt động cho vay hiệu quả của mình, cuộc đời của Aaron Lincoln đã trở thành huyền thoại về một thương nhân giàu có nhất nước Anh trong thế kỷ 12. Và cho đến hôm nay, câu chuyện ấy vẫn còn được lưu truyền tại Anh và trong giới kinh doanh Do Thái.

Lloyd: kẻ đánh cược giữa mạo hiểm và an toàn

Năm 1680, Lloyd đã mở một quán cà phê bên bờ sông Thames. Vào thời bấy giờ, Thames là mắt xích quan trọng trong vận chuyển đường sông của nước Anh, quán cà phê của Lloyd do đó trở thành một trung tâm tin tức của khu vực, khách khứa ra vào tấp nập.

Một hôm, đông đảo chủ thuyền, nhân viên hàng hải và thương nhân tề tựu đông đảo trong quán, tản chuyện với nhau. Khi nghe bàn đến vấn đề người Lombardy thực hiện bảo hiểm đối với vận chuyển hàng hải trước tình trạng bạo phát các vụ cướp biển, tim của Lloyd bất chợt rung lên.

Vốn dĩ, ngành hàng hải vào thời ấy vẫn còn vô cùng lạc hậu, hiểu biết của con người về địa cầu và đại dương vẫn còn rất ít. Do thuyền đi biển khá nhỏ, rất khó cầm

cự trong phong ba bão táp, cướp biển lại hoạt động rất manh, vì vậy, những chuyến đi biển luôn ẩn chứa rất nhiều rủi ro.

Tại sao lại không thực hiện bảo hiểm hàng hải cơ chứ? Ý tưởng bất ngờ của Lloyd lập tức nhận được sự ủng hộ của mọi người.

Đương nhiên, chỉ dựa vào vốn liếng tích góp của Lloyd thì chưa đủ để làm bảo hiểm. Dưới sự giúp đỡ hào phóng của bạn bè, Lloyd đã có đủ vốn để thực hiện ý tưởng của mình. Công việc đầu tiên là tìm kiếm một đội ngũ nhân viên phục vụ cho công việc mới mẻ này. Đồng thời với việc thành lập công ty bảo hiểm, ông còn có ý định thành lập một tờ báo có dạng như sổ tay, tổng hợp các thông tin có liên quan đến hàng hóa, vận chuyển đường biển..

Không lâu sau, công ty bảo hiểm Lloyd đã được thành lập. Công ty được xây dựng tại trung tâm thành phố Luân Đôn, quy mô kiến trúc tuy không lớn, nhưng lại có phong cách cổ kính, có hình dáng như một trạm xe hào hoa, tráng lệ.

Trong thời gian hoạt động, công ty Lloyd luôn duy trì được phong cách của mình: trước cửa chính là một vệ sĩ mặc áo đỏ, trong phòng được bố trí bởi những chiếc ghế dài thế kỷ 19, một bộ bàn lớn và một tủ sách cao. Phòng nghỉ được gọi là “phòng thuyền trưởng”, những người bảo vệ cũng được gọi là “thị giả”. Tất cả đều thể hiện phong cách của thời đại Dickens. Nhưng sự tồn tại của nó không chỉ đơn thuần là

một kiểu trang trí, mà là một kiểu tượng trưng tiêu biểu cho công ty bảo hiểm Lloyd, tựa như nhãn hiệu của một thương phẩm nổi tiếng vậy.

Truyền thống nghiệp vụ bảo hiểm mặt đối mặt của Lloyd đã tạo nên một mối quan hệ nương tựa và tín nhiệm lẫn nhau giữa công ty bảo hiểm với các nhà đầu tư bảo hiểm. Nhờ đó, hoạt động giao dịch của công ty luôn diễn ra hết sức tấp nập và thuận lợi.

Tuy nhiên, bảo hiểm là một ngành nghề có tính mạo hiểm rất lớn. Sau khi được thành lập, công ty bảo hiểm Lloyd đã đối mặt với biết bao thách thức.

Năm 1906, trận động đất lớn *ở* San Francisco đã gây nên một trận hỏa hoạn lớn, khiến công ty Lloyd phải chịu tổn thất 100 triệu đô la phí bảo hiểm.

Năm 1912, con tàu Titanic của Anh va phải một khối băng lớn *ở* bắc Đại Tây Dương khiến gần 2000 người thiệt mạng, công ty Lloyd lại phải bỏ ra 3,5 triệu đô la tiền bồi thường.

Năm 1937, tàu vũ trụ LZ 129 Hindenburg bốc cháy, công ty bảo hiểm Lloyd lại phải bỏ ra gần 10 triệu đô la tiền bồi thường.

Trong nghiệp vụ bảo hiểm của Lloyd, không có gì là không thể đầu tư bảo hiểm. Ngôi sao điện ảnh Marlene Dietrich đã bỏ ra 1 triệu bảng Anh để bảo hiểm cho gương mặt và cặp đùi ngọc ngà của mình. Một đạo diễn người Mỹ cũng mua bảo hiểm của Lloyd cho sức khỏe của mình.

Chiến tranh Iraq - Iran bùng nổ, khiến cho phí bảo hiểm vận chuyển dầu qua vịnh Ba Tư ngày một tăng cao. Ai có thể đảm bảo đạn pháo của Iraq hoặc Iran lại không rơi thẳng vào tàu của họ? Vào thời đó, bảo hiểm một tuần cho một con tàu chở hàng trị giá 400 triệu đô la, có thể nhận được mức tiền bảo hiểm là 40 triệu đô la. Con số ấy

đủ chứng minh, “bảo hiểm” và “mạo hiểm” cách nhau chỉ trong gang tấc.

Ba trăm năm đổi thay là ba trăm năm mạo hiểm. Khởi đầu chỉ là một quán cà phê bên bờ sông Thames thơ mộng, cuối cùng, Lloyd đã trở thành công ty bảo hiểm lớn nhất thế giới, trở thành biểu tượng cho sức mạnh và uy tín của các công ty bảo hiểm.

George Soros: kẻ khuấy lên cơn bão tiền tệ Châu Á Thái Bình Dương

George Soros, một người Mỹ gốc Do Thái, được giới doanh nghiệp và tiền tệ thế giới xưng tụng là “thiên tài tiền tệ”. Từ khi thành lập “Ngân quỹ song ưng” vào năm 1969 cho đến nay, ông đã xây dựng được một cơ nghiệp đáng kinh ngạc. Với mức tăng trưởng bình quân 35% mỗi năm, các đồng nghiệp của ông ở thị trường phố Wall đều phải cúi đầu thán phục. Dường như trong ông có một nguồn siêu năng lực, phủ trùm lên cả thị trường tiền tệ thế giới. Một câu nói của ông có thể khiến tình hình giao dịch của một thương phẩm hay một loại tiền tệ phải chịu biến động lớn, giá cả thị trường cũng lên xuống theo những lời bình luận của ông.

Đầu thập niên 90 của thế kỷ 20, các quốc gia phát triển ở châu Âu đang trải qua một thời kỳ suy thoái kinh tế, trong khi đó, nền kinh tế của các quốc gia Đông Nam Á lại tăng trưởng như một kỳ tích. Trước khi bùng phát cuộc khủng hoảng kinh tế, mô thức phát triển kinh tế của Đông Nam Á là một tấm gương cho các quốc gia đang phát triển học tập. Các quốc gia Đông Nam Á đều hết sức lạc quan

đối với tình hình kinh tế nước mình, để đẩy mạnh bước tăng trưởng kinh tế, tất cả đều đua nhau mở rộng chế độ quản lý và thúc đẩy tự do hóa thị trường tiền tệ, với hi vọng có thể trở thành một trung tâm tiền tệ mới của thế giới. Nhưng có lẽ vì quá ngất ngây trong ánh sáng rực rỡ của tăng trưởng kinh tế, nên họ đã sơ suất bỏ qua một

vài nhân tố hết sức quan trọng. Chủ yếu chỉ dựa vào sự tăng trưởng ồ đầu tư vòng ngoài chẳng khác gì việc xây lâu đài trên cát, khiến thị trường tiền tệ quốc gia phơi mình ra giữa cuộc chơi đầu tư quốc tế mà không có lấy một vật gì làm bảo đảm, rất dễ nếm đòn công kích của các đối thủ trên thế giới. Thêm vào đó, với tốc độ phát triển kinh tế quá nhanh, hầu hết các quốc gia Đông Nam Á đều đầu tư quá độ vào địa ốc, đánh giá cao quy mô xí nghiệp và nhu cầu thị trường, nguy cơ phát sinh một cuộc khủng hoảng ngày càng gia tăng.

Kỉnh tế Đồng Nam Á xuất hiện một lỗ hổng lớn đến như vậy, tất nhiên không thể thoát khỏi cặp mắt của Soros.

Soros quyết định tập kích vào đồng bath Thái, sau đó sẽ quét sạch toàn bộ thị trường tiền tệ Đông Nam Á. Tháng 3 năm 1997, ngân hàng trung ương Thái Lan tuyên bố 9 công ty tài vụ và một công ty cho vay nhà ở có giá trị tài sản không cao, nguồn vốn lưu động không đủ. Nhận định cơ hội ngàn năm có một đã đến, Soros lập tức bán đổ bán tháo đồng bath Thái, khiến nó liên tục rớt giá. Vào thời điểm thấp nhất, 1 đô la Mỹ có thể đổi được 26,7 bath. Trong tình thế cấp bách, Ngân hàng trung ương Thái Lan đã sử dụng rất nhiều biện pháp ứng cứu, như huy động 12 tỉ đô la ngoại hối để mua vào đồng bath Thái.

Những hành động manh tay của chính phủ Thái khiến cho giá thành giao dịch đang tăng của Soros bỗng chốc phải chịu tổn thất 300 triệu đô la, nhưng ông vẫn tin tưởng vào nhận định ngay từ ban đầu của mình, dù chính phủ Thái có dốc toàn lực phòng vệ, họ cũng không thể chống được sự công kích của ông.

Hạ tuần tháng 6, Soros đã tập trung đủ nguồn vốn cần thiết, tiếp tục mở một đợt tấn công lớn khác vào đồng bath Thái. Các cuộc giao dịch lớn rơi vào tình trạng hỗn loạn, đồng bath Thái rớt giá thảm hại, mọi người tranh nhau bán. Chính phủ Thái điều động 30 tỉ đô la dự trữ ngoại hối và 15 tỉ đô la vốn nước ngoài, cố gắng cứu vãn tình

hình, nhưng con số 45 tỉ đô la đó chẳng thấm vào đâu so với nguồn tiền đang ồ ạt đổ ra thị trường Thái.

Đến ngày 2 tháng 7, chính phủ Thái không còn đủ sức chống cự với Soros, đành phải thay đổi chế độ tỉ giá hối đoái đã duy trì trong 13 năm qua, thực hiện chế độ tỉ giá hối đoái trôi nổi. Đồng bath Thái càng rớt giá thậm tệ, Trong phút chốc, chính phủ Thái đã bị các nhà đầu *cơ* quốc tế ẵm đi 4 tỉ đô la, túi tiền của rất nhiều người Thái cũng bị móc sạch. Chiến dịch bước đầu đã thành công, Soros quyết định tấn công toàn bộ Đông Nam Á, đánh một mẻ lưới thật lớn. Cơn bão "Soros" nhanh chóng ập vào Indonexia, Philippines, Myanmar, Malaysia. Đồng tiền của các quốc gia này cũng lập tức giảm giá mạnh, tạo nên một cảnh tượng kinh tế vô cùng ảm đạm, công xưởng đóng cửa, ngân hàng phá sản, vật giá leo thang... Cơn bão "Soros" đã cuốn đi hơn 10 tĩ đô la của khu vực kinh tế còn đang khốn đốn này. Nhưng cơn bão ấy vẫn tiếp tục ập đến một

trong những thị trường mạnh nhất của khu vực Đông Á là Hong Kong nhưng thất bại.

Thất bại trong cuộc tập kích vào thị trường tiền tệ Hong Kong đã giúp Soros rút ra được một kinh nghiệm: không nên đánh giá quá cao năng lực của mình trong thị trường tiền tệ thế giới. Nếu không, đến một lúc nào đó, thị trường tiền tệ sẽ khiến bạn phải nếm mùi đau khổ.

Soros xứng đáng được xem là nhà đầu tư số một trên thế giới. Từ lúc bước chân vào thị trường tiền tệ quốc tế đến nay, những thành tích mà ông đạt được không ai có thể sánh bằng. Tuy cũng từng phải nếm trải vị đắng của thất bại, nhưng ông luôn biết cách vượt qua, mạnh vươn lên mẽ từ chính nơi mình đã ngã xuống. Ông tựa như một thân cây "trường xuân" trên thị trường tiền tệ thế giới, thu hút được rất nhiều "nhà đãi vàng" luôn ấp ủ một khát vọng vươn đến thành công.

Có người gọi Soros là “sát thủ tiền tệ”, là “ma quỷ”. Nguồn vốn đầu cơ do ông sở hữu và chi phối đã gây nên những trận sóng gió cho thị trường tiền tệ thế giới, cuốn đi biết bao tài sản của các quốc gia, vét sạch túi tiền của hàng vạn người, khiến họ bỗng chốc trở thành những kẻ trắng tay. Ông từng biện giải cho chính mình rằng, ông đầu cơ tiền tệ, chỉ vì mục đích kiếm tiền. Trong giao dịch, một số người được lợi, một số khác lại chịu tổn thất, đó là chuyện hết sức bình thường, ông hoàn toàn không có ý làm hại ai. Ông không bao giờ cảm thấy mình phải gánh vác tội lỗi đối với bất kỳ người nào đã chịu tổn thất trong ■thị trường đầu cơ, vì chính bản thân ông cũng đã từng gánh chịu những tổn thất nặng nề. Quan niệm kinh doanh

ấy càng cho chúng ta thấy rõ huyết thống Do Thái trong con người ông.

Bất kể thái độ yêu ghét như thế nào, tài năng trong lĩnh vực tiền tệ của Soros luôn được mọi người công nhận. Theo tính toán, tài sản của ông thậm chí còn cao hơn tổng giá trị tài sản quốc nội của 42 quốc gia thành viên trong Liên Hiệp Quốc. Giàu hơn 42 quốc gia, đó là một con số quá đủ để khẳng định tài năng siêu phàm trong lĩnh vực tiền tệ của Soros.

Chương VI Vận Dụng Trí Tuệ, Quyết Thắng Trên Bàn Đàm Phán

Cạnh tranh theo lý, quyết không khoan nhượng

Trong lịch sử Do Thái, cháu đời thứ 10 của Noah là Abraham đã từng có một cuộc đàm phán với Thiên Chúa.

Abraham và Thiên Chúa có một giao ước, mỗi năm, dân tộc Do Thái phải tế lễ cho Thiên Chúa. Khi thực hiện lễ tế, người Do Thái phải chuẩn bị các lễ vật gồm một con bò đực 3 tuổi, dê đực và gà rừng. Chúng phải được giết chết, cắt thành hai mảnh bằng nhau, với ý nghĩa: nếu dân của Thiên Chúa dám vi phạm giao ước, số phận của họ cũng sẽ giống như những lễ vật kia.

Một hôm, được tin dân của ngài ở hai thành phố lớn đã vi phạm giao ước, Thiên Chúa bèn quyết định hủy diệt hai thành phố tội lỗi ấy. Abraham hay tin, không nỡ nhìn nhân dân của mình bị giết hại, thành phố bị phá hủy, nên đã thay mặt nhân dân đến đàm phán cùng Thiên Chúa. Trong cuộc đàm phán ấy, ông đã thể hiện được trí tuệ và lòng dũng cảm của một tổ phụ.

Ông cất tiếng hỏi Thiên Chúa: “Nếu trong thành có 50 người chính trực, lẽ nào họ cũng bị hủy diệt chung với những người kia hay sao? Lẽ nào Ngài không thể vì những người chính trực kia mà tha thứ cho những người còn lại?”

Thiên Chúa thấy lời ông có lý, bèn nhượng bộ nói: “Nếu trong thành có 50 người chính trực, ta sẽ vì họ mà tha thứ cho cả thành”.

Thấy có hi vọng, Abraham lại mạnh dạn lên tiếng: "Nếu chỉ thiếu 5 người nữa là đủ số 50 người chính trực, phải chăng Ngài vẫn quyết định hủy diệt tòa thành ấy?"

Thiên Chúa lại nhượng bộ. Ngài đồng ý: "Nếu có 45 người chính trực trong thành, ta cũng sẽ tha thứ cho tòa thành ấy".

Abraham lại khẩn thiết nài van: "Nếu chỉ có 40 người thì sao?"

Thiên Chúa lại tiếp tục nhượng bộ. Abraham lại tiếp tục van nài. Cuối cùng, vị tổ phụ đưa ra một câu hỏi đầy hóc búa: "Hủy diệt toàn bộ kinh thành có cả người tội lỗi và người chính trực, phải chăng là điều hợp với chính nghĩa?"

Thiên Chúa đương nhiên không muốn mang tiếng làm việc không hợp chính nghĩa. Cuối cùng Ngài ưng thuận: "Nếu trong thành có 10 người chính trực, ta sẽ không hủy diệt thành ấy".

Abraham nhận thấy nỗ lực của mình đã tới giới hạn cuối cùng. Tuy vấn đề chỉ được giải quyết trên mặt số lượng chứ chưa thể giải quyết trên mặt chất lượng, nhưng ông cũng chỉ có thể làm được đến đó mà thôi.

Điều khiến mọi người cảm thấy đáng tiếc là, cuối cùng

Abraham vẫn không thể tìm được 10 người chính trực trong hai thành phố lớn ấy. Vị tổ phụ chăn dắt dân tộc Do Thái đành phải đau khổ nhìn nỗ lực và hi vọng của mình hóa thành bọt biển.

Thiên Chúa đã kiên quyết thi hành nguyên tắc đã ký kết trong giao ước, giáng lửa và diêm sinh từ trời xuống tiêu diệt hai thành phố ngập tràn tội lỗi.

Trong những cuộc đàm phán, bất kể đối phương có uy quyền, hùng mạnh đến mức nào, tác phong "cạnh tranh theo lý" vẫn được người Do Thái giữ vững. Họ luôn làm theo lý để bảo vệ lợi ích của mình.

Theo lý hành động, quyết không khoan nhượng, đó là một trong những biểu hiện cho trí tuệ của người Do Thái trong hoạt động đàm phán.

Chứ trọng chi tiết và hình thức

Giáo lý Do Thái giáo răn dạy các tín đồ của mình như sau: sự đãi ngộ mà một người nhận được nơi quê hương mình là do phong độ quyết định, tại một thành phố khác thì do trang phục quyết định.

Theo cách nói đó, tại quê hương, trang phục hoàn toàn không có ảnh hưởng gì đến sự đánh giá đối với một con người. Bởi vì những người đồng hương đã hiểu rõ về đạo đức, ngôn ngữ, hành vi của người đó. Một khi anh ta đi đến vùng khác, người ta muốn đánh giá, tất nhiên phải dựa vào ngoại hình, trang phục và cử chỉ, lời nói của anh ta. Vì vậy, thương nhân Do Thái rất chú trọng hình thức bên ngoài của mình và những chi tiết nhỏ nhặt trong mỗi cuộc đàm phán.

Khi đàm phán, thương nhân Do Thái rất chú ý đến phong cách ăn mặc của đối tác để phán đoán nguồn lực tài chính của họ. Nếu bạn ăn mặc quá nghèo nàn, giản dị, thương nhân Do Thái sẽ mất niềm tin đối với bạn, thậm chí không còn hứng thú đàm phán giao dịch với bạn nữa.

Ngoài chuyện ăn mặc, thương nhân Do Thái cũng rất xem trọng đến những yếu tố như thời gian, địa điểm, nhân viên phục vụ trong buổi đàm phán.. Vì một nơi chật hẹp, đôi khi cũng làm ảnh hưởng đến kết quả của cuộc đàm phán.

Những cuộc đàm phán có tính chất quan trọng đương nhiên phải được tiến hành trong văn phòng, nhà khách hoặc phòng hội nghị. Những cuộc đàm phán có tính chất thông thường có thể được tiến hành trên bàn ăn, không khí sẽ càng thêm phần thân mật. Khi đàm phán, có hay không sự xuất hiện của tổng giám đốc hoặc chủ tịch hội đồng quản trị, sẽ tạo ra hiệu quả đàm phán hoàn toàn khác nhau.

Trong quá trình đàm phán, lời nói, cử chỉ nhất định phải thể hiện sự văn minh, lịch sự. Lời nói phải thể hiện được sự thông minh, cơ trí, dí dỏm. Tuyệt đối không được buông ra những lời thô tục, thiếu văn hóa.

Kiến thức uyên bác là lợi thế trong đàm phán

Càng tiếp xúc với người Do Thái, bạn càng cảm nhận được học thức uyên bác của họ. Chủ đề của họ có thể liên quan đến mọi lĩnh vực, từ chính trị, kinh tế, lịch sử, thể dục, âm nhạc, quân sự, thời sự, cổ kim đông tây... dường

như không có chuyện gì là họ không biết, không có đạo lý gì là họ không thông.

Thương nhân Do Thái một mặt tính toán hết sức cẩn trọng, một mặt lại phấn đấu phi thường, luôn luôn ghi chép. Bất cứ điều gì liên quan đến mình, họ đều ghi chép lại tất cả. Thông thường, họ sẽ lấy tờ giấy bạc trong bao thuốc lá, ghi chép lên mặt sau của nó, khiến người khác có cảm giác họ rất hời hợt với mọi chuyện. Sau đó, họ mới tiến hành chỉnh lý lại một cách thận trọng.

Trong đàm phán, thương nhân Do Thái thường ghi lại những hạng mục quan trọng như ngày tháng, kim ngạch, thời hạn giao hàng và địa điểm... tất cả đều phải rõ ràng minh bạch, không được có sự sai sót.

Một lần nọ, do thời hạn giao hàng quá gấp, phía doanh nghiệp Nhật Bản cố ý lảng tránh. Họ nói với doanh nhân Do Thái:

“Hình như trong lúc giao dịch, thời hạn giao hàng được định là vào ngày đó tháng đó... Thưa ông, ông có nhớ lầm hay không?”.

Thương nhân Do Thái lấy ra tờ giấy bạc được ghi chép cẩn thận. Ông trả lời một cách thẳng thắn:

“Không! Chính ông đã nhớ lầm! Chính xác phải là ngày hôm nay. Tôi đã ghi chép hết sức rõ ràng và chính xác!”.

Đối với những hành động cẩu thả, dối trá, thương nhân Do Thái sẵn sàng hủy bỏ giao ước, hoặc tố cáo bạn vi phạm giao ước, buộc bạn phải ra tòa và đền bù thỏa đáng cho những tổn thất của họ.

Thương nhân Do Thái tham gia hoạt động kinh doanh, tuyệt đối không có chuyện hàm hồ cẩu thả, trí nhớ lại

chính xác siêu phàm. Tất cả những yếu tố đó đương nhiên trở thành một điều kiện hết sức thuận lợi cho họ giành được ưu thế, đạt được thành công.

Nghệ thuật mặc cả

Trong quan hệ mậu dịch quốc tế, thương nhân Do Thái không chỉ nổi tiếng vì tài năng kinh doanh của mình, mà còn rất nổi tiếng vì thói quen thích mặc cả. Ngay đến người Do Thái cũng tự chế giễu về tính cách thích mặc cả của mình trong những câu chuyện cười.

Abrams bước vào cửa hiệu và bắt đầu trả giá. Món hàng có gắn bảng giá 15 đô la đã được trả xuống còn 10 đô la, rồi tiếp tục hạ xuống 9,97 đô la. Anh ta vẫn chưa hài lòng, hi vọng có thể tiếp tục trả giá xuống mức 9,96 đô la.

Nhân viên bán hàng lên tiếng: "Đó đã là giá thấp nhất rồi, không thể rẻ hem được nữa".

Abrams vẫn kiến nhẫn đòi nhân viền bán hàng phải giảm xuống mức 9,96 đô la.

Nhân viên bán hàng tỏ ý không bằng lòng: "Tuyệt đối không thể, dù chỉ một đồng cũng không thể hạ xuống được nữa".

Abrams vẫn chưa tỏ ý đầu hàng.

Nhân viên bán hàng lại lên tiếng: "Thưa ông, chỉ vì 1 cent mà cứ kỳ keo với nhau thì thật là chuyện khống đáng. Sự thật là chúng tôi không thể hạ giả thấp hem được nữa. Lâu nay ông đều mua nợ ở chỗ chúng tôi, nay thêm 1 cent thì cũng có quan hệ gì đâu?"

Abrams đáp lời: "Sở dĩ tôi kỳ keo bớt giá, là vì tồi rất yêu chuộng hàng hóa ở chỗ các anh. Giảm được một cent, nhỡ có bị tôi quỵt nợ, chẳng phải cửa hàng của các anh đã bớt tổn thất được 1 cent đó sao ?".

Thích mặc cả là một chuyện, mặc cả như thế nào lại là một chuyện khác. Các thương nhân Do Thái đã cho chúng ta những nguyên tắc cơ bản:

Thứ nhất, trên thực tế mặc cả là vấn đề ai có thể thuyết phục ai trong hoạt động mua bán song phương. Cùng một thương phẩm, bên bán luôn tìm mọi cách để nói là tốt, bên mua cũng cố gắng để nói chưa đạt.

Thứ hai, trả giá cần phải nêu được lý do. Bới lông tìm vết là điều cần thiết phải làm, nhưng đó phải là những khuyết điểm không mang tính thực chất hoặc có thể khắc phục được.

Có một nông dân Do Thải tên là Billy lên chợ mua được một con ngựa. Vừa về đến nhà, ông đã hớn hở khoe với vợ:

“Hôm nay ở đầu đường, tôi đã mua được một con ngựa từ một người Gypsy. Con ngựa giả 100 đồng, mà tôi mua chỉ mất có 50 đồng”.

“Tốt quả rồi! 50 đồng đã mua được một con ngựa tốt”.

“Có điều, củng chẳng tốt gì lắm, bởi vì nó chỉ là một con ngựa nhỏ”.

“Thế không đáng giá 50 đồng sao?”

“Có điều, ngựa rất khỏe mạnh”.

. *“Ôi! Nhỏ nhưng khỏe mạnh. Đương nhiên rất tốt”.*

“Tốt gì mà tốt, đó là một con ngựa bị què chân”.

“Cái gì ? Ngựa què chân ĩ Mua một con ngựa như thế để làm gì?”

“Tôi đã chữa trị cho con ngựa ấy rồi. Tôi đã rút ra một cây đinh ở móng sau của nó, sau đó lại dùng thuốc đắp lên. Bây giờ nó đã không còn què nữa”.

“Ông thật là người may mắn! Chỉ dùng 50 đồng đã mua được một con ngựa tốt”.

Câu chuyện chỉ là một đoạn đối thoại giữa hai vợ chồng, nhưng đã biểu hiện được toàn bộ bí quyết đàm phán trả giá của người Do Thái.

Đứng từ góc độ người bán, câu chuyện cũng cung cấp rất nhiều kinh nghiệm cho việc đàm phán giá cả.

Trước tiên, phải có sự chuẩn bị tốt trước sự mặc cả của bên mua. Vì vậy, trước tiên cần phải đẩy giá bán lên cao, thậm chí có thể lên 200%ã300% giá thật. Người mua không trả xuống quá cái mức ấy, bên bán tự nhiên sẽ kiếm được tiền. Trả xuống bằng hoặc thấp hơn giá ấy thì nhất quyết không bao giờ bán. Quyền chủ động đều nằm cả trong tay mình.

Thứ hai, đối với những lời chê bai của bên mua, nhất thiết phải đưa ra được những câu trả lời tích cực, biến khuyết điểm thành ưu điểm.

Cuối cùng, đối với những sai lầm rõ ràng của bên mua, bên bán cũng không được khinh suất, càng không được tỏ ý đắc thắng. Không ít người vì thiếu cảnh giác mà mất cả vốn lẫn lời.

Nắm bắt được những nguyên tắc mặc cả trên đây, vận dụng linh hoạt vào trong kinh doanh, chắc chắn sẽ mang lại những hiệu quả nhất định.

Đứng trên góc độ của đôi phương để suy xét vấn đề

Chọc giận đối phương là một mánh khóe trong đàm phán của người Do Thái.

Khi đàm phán, người Do Thái luôn đến đúng hẹn, thái độ khi gặp mặt cũng hết sức hòa nhã. Tuy nhiên, một khi tiến hành đàm phán, họ lại tỏ ra hết sức xem trọng vấn đề tiền bạc, một đồng một cắc cũng phải tính toán so đo, chỉ vì một chi tiết nhỏ nhặt chưa được làm rõ trong bản hợp đồng, họ cũng có thể tranh cãi với đối tác đến đỏ mặt tía tai.

Trong lúc đàm phán, ấn tượng mà người Do Thái để lại cho các đối tác là: bất cứ chuyện gì họ cũng muốn làm cho thật rõ ràng. Thông thường, đàm phán với người Do Thái, kết quả của ngày đầu tiên chỉ là một cuộc cãi vã.

Chiêu thức ấy vẫn được người Do Thái áp dụng trong cuộc đàm phán ngày hôm sau. Nếu đối thủ không giữ được bình tĩnh, anh ta sẽ càng trở nên nôn nóng hấp tấp.

Lúc này, người Do Thái sẽ lập tức chộp lấy cơ hội, tìm cách chọc giận đối phương thêm lần nữa buộc họ phải đàm phán với mình trong lúc không được bình tĩnh.

Mặc dù bên ngoài trông họ cũng đang vô cùng tức giận, nhưng thực tế thì họ lại vô cùng bình tĩnh. Chính xác hơn là họ đang dùng kế “khích tướng” để đánh đòn tâm lý với đối phương.

Dưới sự khiêu khích có chủ ý của người Do Thái, đôi bên đi đến ký kết hợp đồng trong tình trạng còn đang tranh cãi, nóng nảy và phần thua thiệt đương nhiên thuộc về đối phương.

Mặt khác, người Do Thái cho rằng, bất luận đôi bên tranh cãi đến mức độ nào, đều cân phải giữ lại đôi chút thể diện cho đối phương.

Bởi vì, trong cách nhìn của họ, nếu để đối phương cảm thấy mất mặt trong cuộc đàm phán, dẫn đến tổn thương tình cảm, thì dù là một cuộc giao dịch tốt, khả năng để lại những hậu họa là khó lòng tránh khỏi, ảnh hưởng xấu đến lần giao dịch sau.

Quan điểm và cách vận dụng của người Do Thái đối với vấn đề tâm lý trong đàm phán, một lần nữa đã thể hiện được trí tuệ của người Do Thái.

Có một câu chuyện ngụ ngôn Do Thái hết sức thú vị như sau:

Có một anh mù xách đền lồng, bước đi trong đêm tối đen như mực. Một người từ phía trước đi lại, thấy anh ta mù thì ngạc nhiên hỏi: “Anh là người mù, tại sao lại còn đốt đền?”

Anh mù bình thản trả lời: “Tôi thắp đen, để người không mù cố thể nhìn thấy được tôi”.

Đó là trí tuệ đã được người Do Thái hun đúc trong mấy ngàn năm lưu tán của dân tộc mình. Do Thái là một dân tộc nhỏ yếu, để tự bảo vệ được mình, họ chỉ có thể dựa vào phương pháp “người mù thắp đèn lồng”, để người thống tri nhìn thấy được giá trị của mình, từ đó mới có được hi vọng tiếp tục sinh tồn.

Người Do Thái cho rằng, đàm phán là để hợp tác. Đánh đổ bất kỳ bên nào, đều không phải là mục đích của việc đàm phán. Vì vậy, trong lúc đàm phán, họ sẽ luôn đứng trên góc độ của đối phương để suy xét vấn đề, đồng thời chủ động quan tâm đến đối phương, thắp lên một ngọn "đèn lồng" cho đối phương. Cũng chính nhờ vào điều này, người Do Thái thường rất dễ giữ được tình hữu nghị với đối tác trong những cuộc đàm phán, thúc đẩy đàm phán nhanh chóng đi đến thành công.

Nên đàm phán với người có quyền đưa quyết định

Trong đàm phán người Do Thái luôn chủ trương, chỉ nên bắt tay với người có quyền đưa ra quyết định.

Trong mắt của người Do Thái, cấp bậc của người đàm phán càng cao, càng có nhiều khả năng đáp ứng yêu cầu của mình.

Vì sao? Vì người ở cấp bậc cao sẽ có cái nhìn bao quát vấn đề hơn và xử lý tốt những tranh chấp có thể xảy ra. Vả lại, do có quyền quyết định lớn hơn, họ sẽ mạnh dạn đưa ra những quyết định mạo hiểm hơn.

Vì vậy, khi muốn gặp gỡ một người nào đó, người Do Thái trước tiên sẽ tìm hiểu rõ: Người này là ai? Giữ chức vị gì? Có thể đưa ra những quyết định gì?

Một khi đã nắm rõ những vấn đề trên đây, người Do Thái sẽ rất lễ độ nhưng cũng không kém phần thẳng thắn đặt câu hỏi với đối tác của mình: "Anh có thể cải thiện tình hình này được không", "Anh có thể giúp tôi giải quyết vấn đề này được không?" hoặc là "Anh có đủ thẩm quyền để thực thi những việc mà tôi đề xuất hay không?"...

Nếu đáp án là phủ định, họ sẽ lập tức tìm cách ngừng cuộc đàm phán, đi tìm một đối tác khác có đủ khả nặng đáp ứng yêu cầu của họ.

Khi đàm phán, chắc chắn sẽ không có một người nào có được quyền quyết định tuyệt đối. Vì vậy, chúng ta chi có thể hi vọng được bắt tay với một người có được quyền lực tương đối.

Một khi đã ký kết giao ước, người Do Thái sẽ nghiêm túc chấp hành, nỗ lực thực hiện lời hứa với thái độ chân thành.

Vụ án kỉnh điển: Jofeyr đại chiến công ty Sanyo

® Câu chuyện của Jofeyr

1. Thu thập thông tin tình báo

Công ty tiêu thụ thiết bị điện tử Jofeyr ở Hà Lan dự định nhập khẩu một lô đồng hồ từ công ty Sanyo của Nhật Bản. Hai tuần trước khi tiến hành đàm phán, Jofeyr đã mời một luật sư Nhật Bản làm cố vấn của mình, đồng thời yêu cầu vị luật sư này nhanh chóng thu thập các thông tin tình báo có liên quan đến công ty Sanyo.

Thông qua các cuộc thăm dò, ông đã phát hiện được rất nhiều thông tin thú vị: tình hình tài chính mấy năm gần đây của công ty Sanyo không được tốt, đang nỗ lực tìm hướng cải thiện; số đồng hồ dùng trong du lịch và để giường mà phía công ty Sanyo dự định cung cấp cho Jofeyr trong lân giao dịch này đã được khoán cho một công ty ở Đài Loan và một xưởng sản xuất khác *ở* Nhật Bản chế

tạo; công ty Sanyo thuộc loại hình công ty gia đình, hiện đang được điều hành bởi thế hệ thứ hai, tác phong của tổng giám dốc là rất vững vàng, thực tế...

Sau khi đến Nhật Bản, Jofeyr lập tức bắt tay nghiên cứu các hạng mục có liên quan đến việc đàm phán. Cuối cùng, ông và vị luật sư đi đến thông nhất đối với đơn giá sản

phẩm, điều khoản chi trả, cùng với những chi tiết liên quan khác sẽ được quyết định trong cuộc gặp gỡ sắp đến.

2. Bố trí cạm bẫy đàm phán

Cuộc đàm phán giữa Jofeyr và công ty Sanyo sắp được bắt đầu. Công ty Sanyo đã soạn thảo sẵn một bản hợp đồng. Sau khi tiến hành thương thảo với hai vị luật sư của mình, Jofeyr đã tìm ra một sách lược đàm phán xoay quanh bản hợp đồng này.

Trong phương án ban đầu do phía công ty Sanyo đề xuất, có một điều khoản hên quan đến vấn đề trọng tài khi xảy ra tranh chấp giữa đôi bên. Theo đề nghị của công ty Sanyo, việc giải quyết vấn đề tranh chấp sẽ được tiến hành tại thành phố Osaka của Nhật.

Bấy .giờ, vấn đề quan trọng mà Jofeyr đang phải cân nhắc là: Bản hợp đồng có khả năng xảy ra tranh chấp hay không? Nguyên nhân xảy ra tranh chấp sẽ là gì? Rốt cuộc thì tiến hành trọng tài hay tô" tụng sẽ có lợi cho mình hơn?

Đối với Jofeyr, vấn đề dễ phát sinh nhất là hàng hóa nhận được có chất lượng không phù hợp với yêu cầu đặt hàng của mình. Theo quy định bên trong bản hợp đồng phác thảo, hàng hóa phải được giao đến trước, sau đó mới tiến hành thanh toán tiền hàng. Vì vậy, một khi chất lượng hàng hóa xuất hiện vấn đề, ông hoàn toàn có quyền từ chối việc thanh toán. Ngược lại, công ty Sanyo nhất định sẽ lấy cớ hàng hóa phù hợp yêu cầu chất lượng để đưa ra tố tụng. Trong tình huống đó, tiến hành trong tài tại Nhật Bản là hết sức bất lợi cho ông. Nhưng nếu chuyển địa điểm tiến hành trọng tài đến Hà Lan, công ty Sanyo nhất định sẽ phản đối. Để giải quyết mâu thuẫn, ông đưa ra chủ trương của mình như sau:

"Chúng ta đều hiểu sự phiền phức của tổ chức trọng tài, chẳng ai muốn dính líu đến những chuyện tranh chấp ấy. Nhưng để tránh được những chuyện bất trắc có thể xảy ra, tốt hơn chúng ta nên nhờ đến phán quyết của Tòa án Nhật Bản".

Đó chính là sách lược mà Jofeyr đã sử dụng: đôi bên một khi xuất hiện tranh chấp, phán quyết của tòa án Nhật Bản sẽ vô hiệu lực ở Hà Lan. Dù phía Sanyo có thắng kiện ở Nhật Bản, họ cũng không thể buộc ông thi hành những điều khoản đó. Như vậy, nếu thực sự nảy sinh tranh chấp, ông hoàn toàn có quyền không phải xuất hiện trước tòa, đến cả phí tố tụng cũng không phải bỏ ra đồng nào. Nếu đề nghị này được thông qua, ông đương nhiên trở thành người chiếm thế thượng phong.

3. Khéo léo khống chế tiến độ đàm phản

Bắt đầu đàm phán. Trước tiên, Jofeyr đưa ra một vài lời phát biểu đơn giản, ngắn gọn:

"Tuy tôi đã được đến nhiều quốc gia, nhưng đất nước Nhật Bản xinh đẹp lại làm tâm hồn tôi trở nên hân hoan vui sướng hơn nhiều. Chất lượng sản phẩm của quý công ty là rất đáng tin cậy, rất có tiềm lực phát triển. Nếu có thể xâm nhập vào thị trường châu Âu, đó sẽ là một điều rất có lợi cho cả hai phía chúng ta. Vì vậy, chúng tôi rất hi vọng đôi bên có thể xây dựng một quan hệ hợp tác tốt đẹp với nhau".

Lời phát biểu tuy ngắn gọn, nhưng đã nhận được sự hoan nghênh nhiệt liệt của phía đối tác Nhật Bản.

Không khí cuộc đàm phán sau đó đã diễn ra hết sức thuận lợi. Các hạng mục như chủng loại đồng hồ, đại lý khu vực, kỳ hạn họp đồng... hầu như đều có được tiếng nói chung.

Trên thực tế, đó chính là bầu không khí mà Jofeyr hi vọng có được. Ông cố ý nêu ra những vấn đề nhỏ này để tiến hành thảo luận. Bắt đầu từ những vấn đề dễ dàng giải quyết, đó là một trong những bước căn bản trong quan hệ đàm phán. Vì khi bắt đầu đàm phán, đôi bên hãy còn xa lạ, vẫn còn đôi chút cảnh giác. Vội vã đi vào trọng tâm của vấn đề, nếu cách nhìn quá khác biệt, cuộc đàm phán rất khó tiến triển. Trước dễ sau khó, có thể tăng thêm sự hiểu biết và tình cảm giữa đôi bên. Một khi phần lớn các điều khoản đã đạt được sự nhất trí, chỉ còn tồn tại một hai vấn đề mâu thuẫn, đôi bên tất nhiên sẽ nỗ lực giải quyết khúc mắc, tránh để xảy ra một kết cục đáng tiếc.

4. Nhát kiếm vô hình

Cuộc đàm phán bắt đầu đi đến khúc quanh đầu tiên.

Theo ý kiến của công ty Sanyo, một khi sản phẩm đồng hồ do họ sản xuất gặp phải những tranh chấp về kiểu dáng thiết kế, thương hiệu và bản quyền thiết kế từ một đơn vị thứ ba, họ sẽ không phải gánh vác bất kỳ trách nhiệm nào.

Jofeyr hoàn toàn không thể chấp nhận điều kiện trên, vì khả năng xuất hiện tình huống trên đây là rất cao. Một khi thực sự xảy ra tình huống trên, Jofeyr phải một mình gánh vác chi phí tố tụng và tổn thất do không bán được sản phẩm, thiệt hại rõ ràng là rất lớn.

Về điểm này, công ty Sanyo cương quyết không chịu nhượng bộ. Thực ra, sở dĩ Jofeyr đề xuất một ý kiến khác, là để che giấu dụng ý mặc cả đối với lô hàng sắp tới. Vì nếu đối phương đã cương quyết không chịu nhượng bộ ở điểm này, đương nhiên họ sẽ không thể tiếp tục không nhượng bộ ở những điểm khác.

Quả không ngoài dự liệu, phía đại biểu Nhật Bản chấp nhận cố thể bảo đảm chất lương sản phẩm của họ. Nhưng muốn đảm bảo sản phẩm của họ không giống với sản phẩm của các nhà sản xuất khác thì họ cương quyết không chịu đáp ứng.

Đôi bên cứ giữ lập trường của mình. Mãi một lúc sau, Jofeyr mới đề xuất phương án của mình:

"Một khi xuất hiện tình huống trên mà việc tố tụng lại thất bại, phía chúng tôi phải gánh chịu hai tổn thất lớn, thứ nhất là chi phí cho việc tố tụng, thứ hái là chi phí bồi thường. Phía chúng tôi có thể gánh vác chi phí tố tụng, riêng khoảng chi phí bồi thường sẽ do bên quý công ty gánh vác, các vị nghĩ thế nào?"

"Không!".

"Như thế, mỗi bên sẽ gánh chịu một nửa tổn thất?"

"Không!", phía Sanyo trả lời dứt khoát. Bấy giờ, không khí của cuộc đàm phán đã bắt đầu căng thẳng.

"Nếu dã như vậy, phần gánh vác trách nhiệm của công ty sẽ được hạn chế ở con số 50 triệu yên".

Đại biểu của công ty Sanyo vẫn nhất quyết cự tuyệt.

Jofeyr lại nhường thêm một bước:

"Phía chúng tôi sẽ bảo đảm lượng tiêu thụ mỗi năm thấp nhất là 100 triệu yên, phần gánh vác trách nhiệm của phía các ngài sẽ giảm xuống còn 40 triệu yên".

Thái độ của đại diện Sanyo bắt đầu có sự dao động nhưng đáp án cuối cùng vẫn là: "Không!"

Đối với việc này, Jofeyr biết đối phương sẽ không chịu nhượng bộ, nhưng vẫn cương quyết theo đuổi không thôi. Thực ra, ông hoàn toàn có dụng ý khi thực hiện chuyện này:

Thứ nhất là cố ý tạo ra chướng ngại cho cuộc đàm phán, vì nếu để cuộc đàm phán diễn ra quá thuận lợi, đối phương sẽ nảy sinh nghi ngờ.

Thứ hai là cố ý để cho đối phương dành được ưu thế trong vấn đề nhỏ này, từ đó buộc đối phương phải có những bước nhượng bộ nhất định trong những vấn đề quan trọng kế tiếp.

Bấy giờ, Jofeyr đột nhiên nói:

"Bản thân tôi xưa nay không hề có thiện cảm với phương thức nhờ đến trọng tài. Theo hiểu biết của tôi, tòa án Nhật Bản hết sức công minh. Vì vậy, tôi đề nghị, từ nay về sau nếu có tranh chấp, mọi phán quyết sẽ do tòa án Nhật Bản thực hiện".

Đối với đề nghị này, đại diện Sanyo rất vui vẻ chấp nhận. Sở dĩ họ vui mừng, một là vì họ nghĩ việc kiện tụng trên chính đất nước của mình sẽ là một lợi thế; thứ hai là cuối cùng họ đã có thể gật đầu đáp ứng một điều kiện của đối phương mà không cảm thấy bị thiệt hại.

Trong cuộc đàm phán này, bên ngoài thì có vẻ như Jofeyr phải hên tục nhượng bộ, rơi vào thế bị động, đồng thời cũng thể hiện được thành ý của mình trong cuộc đàm phán. Nhưng trên thực tế, đó chỉ là những đòn giả để che dấu một nhát kiếm vô cùng lợi hại. Cuối cùng thì phía Sanyo cũng đã trúng kế của ông.

5. Dùng tình cảm và lợi ích thuyết phục đối phương

Cuộc đàm phán tiến đến giai đoạn cuối cùng về vấn đề giá cả. Khởi đầu, phía Sanyo đưa ra đơn giá là là 2000 yên, Jofeyr trả xuống 1600 yên. Sau đó, phía Sanyo giảm xuống còn 1930 yên, Jofeyr tăng lên 1650 yên. Đàm phán lại tiếp tục rơi vào bế tắc.

Khi vòng đàm phán thứ hai vừa được bắt đầu, Jofeyr đứng lên phát biểu:

"Đây là bản hợp đồng gồm 24 điều khoản mà đôi bên đã bỏ ra hơn nửa năm để soạn thảo, lại phải trải qua mấy ngày thương thảo mới có thể đi đến một kết quả hầu như đã thống nhất với nhau. Hiện nay chỉ còn khúc mắc một vài trăm yên trong vấn đề đơn giá mà vẫn không thể giải quyết ổn thỏa được, chúng tôi cảm thấy thực sự đáng tiếc. Chúng ta đều hiểu rằng, giá cả cao, lượng tiêu thụ tất yếu sẽ giảm. Giá cả thấp, lượng tiêu thụ tự nhiên sẽ tăng cao. Mà lợi ích của chúng ta gắn Mền với nhau, tại sao lại không thể nỗ lực tìm ra một giá thích hợp mà đôi bên đều có thể chấp nhận kia chứ?"

Tiếp đó, với một thái độ hết sức ôn hòa, ông cho biết mình đã sớm tìm được một thương hiệu khác từ Đài Loan:

"Đối với phía chúng tôi, tính nguy hiểm khi bước chân vào một thị trường mới là rất lớn, sản phẩm của quý công ty

lại rất xa lạ với thị trường châu Âu, chúng tôi không có gì để bảo đảm mình sẽ đủ sức đánh bại các đối thủ canh tranh khác. Thông qua mấy ngày đàm phán, các vị đã có thể thấy được thành ý của chúng tôi. Tuy vậy, đơn giá mà quý công ty đưa ra thực sự là quá cao. Chúng tôi tin rằng, với đơn giá mà chúng tôi đã đưa ra, nhất định sẽ mua được những sản phẩm có chất lượng tương đương từ phía Đài Loan hoặc Hồng Kông. Đương nhiên, tôi hoàn toàn chưa có ý định tìm đến một địa chỉ khác, nhưng chí ít, giá nhập hàng từ phía quý công ty cũng không thể quá cao so với những nhà sản xuất khác".

Với những ngôn từ hết sức uyển chuyển, sử dụng sách lược "tình cảm" kết hợp với phân tích "quan hệ lợi hại" đã tỏ ra có sức thuyết phục rất lớn. Những lời tâm sự hết sức "tình cảm" ấy rõ ràng đã hàm chứa một lời cảnh báo, nếu phía các ngài tiếp tục không ưng thuận, chúng tôi sẽ tiến hành thương thảo với những đối tác khác. Đại

diện của Sanyo hiểu rõ đó không phải là một lời đe dọa suông, cần phải cẩn 'trọng suy xét.

6. Thông điệp cuối cùng của Jofeyr

“Bây giờ, phía chúng tôi sẽ tiếp tục có một bước nhượng bộ quan trọng, đó là đưa đơn giá lên mức 1700 yên. Trên mặt giá cả, phía chúng tôi xem như đã hoàn thành bản hợp đồng này, phần còn lại là phải xem thái độ của phía các ngài. Bây giờ, tôi phải trở về khách sạn để chuẩn bị hành lý và thủ tục về nước, xin quý công ty thận trọng suy xét thiệt hơn. Hai giờ sau, tôi hi vọng có thể đến nghe tin tức tốt từ phía quý vị”.

Thực ra, đó chính là thông điệp sau cùng của Jofeyr để thoát khỏi tình thế bế tắc. Đương nhiên, đồng ý hay không, quyền quyết định hoàn toàn nằm *ở* công ty Sanyo. Nhưng lời phát biểu cứng rắn của ông đã thể hiện một thái độ cương quyết không nhượng bộ, gây ra một áp lực đáng kể lên đối phương.

Kết quả, phía Sanyo đã bị trúng kế. Thường vụ hội đồng quản trị của công ty đã lên tiếng:

“Về cơ bản, chúng tôi đã đồng ý chấp nhận giá cả do phía ngài đưa ra, nhưng có thể nào tăng thêm một chút được không?”

Jofeyr im lặng hồi lâu, lấy máy tính ra bấm bấm một hồi, cuối cùng lại cầm lấy hợp đồng, sửa con số 1700 yên trước đây thành 1720 yên, sau đó mỉm cười nói:

“20 yên này xem như là sự ưu ái mà cá nhân tôi gởi tặng cho quý công ty vậy!”

7. Đại kế thành công

Ba năm sau khi ký kết hợp đồng, công việc giao dịch của đôi bên tỏ ra hết sức thuận lợi, nhưng rồi đột nhiên lại xảy ra một cuộc tranh chấp ngoài ý muốn. Một công ty s của Mỹ lên tiếng sản phẩm của công ty Sanyo có kiểu dáng tương tự với sản phẩm của công ty họ. Jofeyr lập tức cho luật sư tiến hành điều tra.

Thái độ của công ty Sanyo đối với việc này là vô cùng tiêu cực, họ đã trì hoãn trong suốt 4 tháng mà không thể đưa ra được một lời phúc đáp rõ ràng. Jofeyr đành phải ngưng tiêu thụ loại đồng hồ kể trên, đồng thời viết thư cho công ty s, đề nghị họ trực tiếp thương nghị vấn đề bồi thường với công ty Sanyo.

Cũng do thái độ của công ty Sanyo, Jofeyr đã từ chối thanh, toán 200 triệu yên tiền hàng còn thiếu. Thế là, công ty Sanyo lại hùng hổ phái người đến gặp Jofeyr. Người đại diện của Sanyo lên tiếng, nhái theo kiểu dáng đồng hồ là một chuyện, tiền thiếu của Jofeyr lại là một chuyện khác. Jofeyr bình thản đáp, “Cách hành xử của công ty Sanyo đã khiến chúng tôi phải chịu những tổn thất quá lớn cả về mặt kinh tế và uy tín làm ăn, đúng lý thì công ty Sanyo phải đứng ra bồi thường cho phía chúng tôi”. Lập luận của Jofeyr đương nhiên hợp lý, vì phía công ty Sanyo đã bán hai dòng sản phẩm gần như giống nhau hoàn toàn cho hai công ty tiêu thụ khác nhau. Đó là một hành động lừa dối, gây tổn hại nghiêm trọng đến lợi ích của Jofeyr.

Sau một hồi đàm phán, đôi bên vẫn không thể tìm ra được một điểm chung nào. Cuối cùng, công ty Sanyo quyết định đưa sự việc lên tòa án Osaka.

Bấy giờ, công ty Sanyo vẫn chưa nắm hết những quy tắc kiện tụng quốc tế. Không lâu sau, tổng giám đốc của công ty Sanyo mang theo một luật sư đến gặp luật sư người Nhật của Jofeyr, tuyên bố sẽ đến Hà Lan khởi kiện.

Vị luật sư của Jofeyr chậm rãi nói:

"Trên hợp đồng đã quy định, đôi bên đồng ý chỉ chọn tòa án Osaka giải quyết mọi tranh chấp. Vì vậy, cho dù ngài có bỏ công bay đến Hà Lan, tòa án Hà Lan cũng sẽ không chịu thụ lý".

"Điều này chẳng phải là quá hoang đường hay sao?", Tổng giám đốc công ty Sanyo bực dọc nhìn vị luật sư của mình.

"Khả năng xảy ra chuyện đó là rất cao", Vị luật sư của Sanyo thẳng thắn thừa nhận.

Sau mấy tháng giằng co không có kết quả, luật sư của Jofeyr quyết định đưa ra con chủ bài cuối cùng:

"Thưa ngài tổng giám đốc, cứ xem như tôi đã có sự lầm lẫn trong việc lý giải các điều khoản pháp luật. Nhưng giả như phán quyết của tòa án Nhật Bản có hiệu lực tương tự tại Hà Lan, quý công ty vẫn không thể lấy được một đồng nào từ tay của Jofeyr. Ngài cũng biết rằng, khoản thuế thu của hầu hết các quốc gia châu Âu đều rất nặng nề, vì vậy, có rất nhiều người đã đến Hà Lan, là nơi có mức thu thuế tương đối thấp, để thành lập các "công ty túi da". Mọi thứ của công ty đều nằm trong "túi da" của ông chủ, không hề có một tài sản thực tế nào. Công ty của Jofeyr cũng như vậy. Tiền của công ty nằm *ở* đâu, chỉ có một mình ông ta biết được. Có thể là nằm *ở* ngân hàng Thụy Sĩ...".

Chiêu bài cuối cùng này đã thực sự đánh bại tổng giám đốc công ty Sanyo. Không còn biện pháp nào, ông ta đành phải bãi tố Jofeyr. Cuối cùng, đôi bên đi đến thỏa thuận, Jofeyr trả lại cho công ty Sanyo 40 triệu yên, 160 triệu yên còn lại được dùng để bồi thường cho công ty S của Mỹ.

Chương VII Luôn Vững Niềm Tin, Trong Nghịch Cảnh Vẫn Nghĩ Tới Chuyện Làm Giàu

Giữ vững niềm tin, khổ nạn cũng là một nguồn của cải

Trong lịch sử lưu lạc đầy gian nan, đau khổ của dân tộc, người Do Thái đã phải nhiều lần đối mặt với nguy cơ "vong quốc diệt chủng". Nhưng cũng chính hoàn cảnh sống đó đã rèn luyện cho họ một ý chí ngoan cường và một niềm tin kiên vững. Cuộc sống càng nhiều hiểm nguy, thử thách, họ càng có ý chí bền bỉ và tinh thần tiến thủ.

Ý chí ngoan cường bền bĩ cùng với tinh thần tiến thủ, không ngừng vươn lên trong nghịch cảnh của người Do Thái, trở thành một nền tảng rất tốt cho các thương nhân Do Thái khi bước vào kinh tế thị trường, giúp họ, luôn chiếm được thế thượng phong trên vũ đài kinh tế thế giới.

Người Do Thái thậm chí còn biến nghịch cảnh thành một cơ hội làm ăn. Câu chuyện dưới đây sẽ chứng minh điều này:

Theo giới luật của người Do Thải, Sabbath là ngày nghỉ ngơi tuyệt đối, mọi người không được làm những công việc nặng nhọc thường ngày. Nhưng vì muốn kiếm thêm chút tiền, có những cửa hàng đã không màng đến giới luật, tiếp tục kinh doanh trong ngày đó. Đây là một hành động xúc phạm đến lời dạy của Thiên Chúa và tổ tiên, đương nhiên phải chịu sự trách mắng của Giáo sĩ.

Có một ông chủ khi bị Giáo sĩ trách mắng lại tỏ ra hết sức vui vẻ, còn móc túi tặng cho vị Giáo sĩ đó một số tiền lớn. Vị Giáo sĩ dường như cũng hiểu ra, nên vui vẻ nhận lấy túi tiền.

Đến ngày Sabbath tuần sau, lời chỉ trích của vị Giáo sĩ đối với ông chủ cửa tiệm kinh doanh đã không còn gay gắt như trước. Có lẽ vì ông muốn được chủ cửa hàng tặng nhiều tiền hơn một chút.

Nhưng kết quả đã không như dự tính, ông không hề nhận được xu nào từ tay ông chủ cửa hàng.

Sau một hồi do dự, vị Giáo sĩ đã thu hết dũng khí, tìm đến nhà của ông chủ cửa hàng kia, hỏi ông ta tại sao lại hành xử như vậy.

"Rất đơn giản! Khi ngài nghiêm khắc khiển trách tôi, các đối thủ cạnh tranh khác cũng cảm thấy sợ hãi. Vì vậy, vào ngày Sabbath chì có mình tôi dám mở cửa hàng, buôn bán rất đắt. Nhưng lần này ngài lại quá khách khí với tôi, e rằng tuần tới mọi người đều sẽ mở cửa bán hàng vào ngày Sabbath, tôi làm gì còn cơ hội bán được nhiều hàng nữa chứ?"

Loại bỏ được tất cả đối thủ cạnh tranh, lũng đoạn thị trường, từ xưa đến nay vẫn là giấc mơ của các thương nhân.

Nói thẳng ra, cạnh tranh giữa các thương nhân chính là sự cạnh tranh về khả năng lũng đoạn thị trường.

Trong cách nhìn của người Do Thái, thời điểm lũng đoạn có lợi nhất là khi mọi người đều *ở* vào thế không muốn hoặc không dám hành động vì bị hạn chế bởi những thành kiến phi lý hoặc e sợ mạo hiểm. Vào thời điểm đó, hiệu suất thu hồi vốn sẽ *ở* mức rất cao, trong khi lại không cần phải bỏ ra nguồn vốn quá lớn để duy trì sự độc

quyền. Cái mà ông chủ cửa hàng trong câu chuyện kể trên mong muốn chính là điều kiện thuận lợi này. Ông ta tặng cho vị Giáo sĩ một số tiền lớn, chẳng qua chi là một phần rất nhỏ trong số lợi nhuận mà ông ta kiếm được vào ngày Sabbath mà thôi. So với việc phải tung ra nhiều chiêu thức để thu hút khách hàng như quảng cáo, tặng quà, giảm giá (mà hiệu quả không hẳn đã được như ý) thì số tiền ấy chẳng đáng là gì, hơn nữa ông ta còn có thể tiết kiệm được rất nhiều thời gian và công sức.

Thương nhân Do Thái luôn có khả năng vượt qua sự ràng buộc của thành kiến và quy củ, nhanh chóng nắm được những lĩnh vực và ngành nghề mới. Ví dụ, khi ngành giải trí (âm nhạc, điện ảnh, thời trang...) còn bị rất nhiều tổ chức xã hội và tôn giáo xem là “lỗi đạo”, thương nhân Do Thái đã mạnh dạn tiến công vào lĩnh vực này. Khi giới mỹ thuật hãy còn miệt mài với ý nghĩ bảo tồn niềm hứng thú và giá trị của mỹ học, thì các cửa hàng mỹ thuật Do Thái đã làm chủ được thị trường mỹ thuật thế giới nằm trên đại lộ 57 của thành phố New York. Tương tự, trong khi các luật sư khác, đặc biệt là những luật sư làm việc tại các văn phòng của phố Wall vẫn còn trề môi khinh bĩ đối với những vụ tố tụng có liên quan đến thương hại thân

thể, gọi những luật sư tiếp nhận các hồ sơ kiểu này là “người theo đuổi xe cứu thương”, thì các luật sư Do Thái đã xem đó là lãnh địa để kiếm tiền.

Cuộc chiến của gia tộc Rothschild chống lại Hitler

Năm 1933, Hitler thành lập “đế chế thứ III”, đồng thời bộc lộ dã tâm thôn tính nước Áo. Trước tình hình đó, những người Do Thái sinh sông trên đất Áo lũ lượt kéo nhau ra đi. Các thành viên trong gia tộc Rothschild đang sinh sông tại thủ đô Vienna của Áo cũng hối hả kéo nhau chạy sang Paris hoặc Thụy Sĩ lánh nạn. Vì muốn bảo vệ tài sản của gia tộc, Nam tước Louis Rothschild đã cương quyết *ở* lại Vienna.

Nam tước Louis có cá tính rất trầm lặng, bình tĩnh, tấm lòng khoát đạt. Khi Hitler phát đi thông điệp cuối cùng của mình cho chính quyền Áo, ông vẫn còn thản nhiên đến vùng núi Alps trượt tuyết.

Chính quyền Đức quốc xã cho người đến, buộc nam tước Louis phải theo họ cho bằng được.

Với một thái độ hết sức hình thản, ông chậm rãi giải thích mình phải dùng xong bữa sáng mới có thể bước ra khỏi cửa. Khiếp phục trước sự uy nghiêm của ông, họ đành phải chấp nhận đứng chờ ông dùng xong bữa sáng.

Dưới sự vây bọc của những tên lính Đức quốc xã, nam tước bước vào một căn phòng ăn hết sức sang trọng. Rồi với một thái độ thản nhiên, ông bắt đầu thưởng thức bữa ăn sáng của mình. Sau bữa ăn là một vài món trái cây tráng miệng, một điếu xì gà, rồi mới hài lòng đứng lên.

210^^

Chuyến đi này không biết sẽ lành dữ ra sao, nhưng ông vẫn không hề hoang mang căng thẳng, vẫn với phong thái của một nhà quý tộc, nam tước Louis chậm rãi bước lên một chiếc xe đã chờ sẵn bên ngoài.

Một số nhân vật cao cấp khác của chính quyền Đức quốc xã đang nghĩ cách lợi dụng con át chủ bài này. Cuối cùng, một phương án đã được đề xuất, điều kiện phóng thích nam tước Louis sẽ là: giao nộp cho chính quyền Đức quốc xã toàn bộ tài sản trên đất Áo và toàn bộ cổ phần trong Công ty s. M. von Rothschild mà gia tộc này đang sở hữu.

Đó là một điều kiện hết sức hà khắc, vì một khi đồng ý những điều kiện trên, gia tộc Rothschild xem như đã tự mình tuyên bố phá sản. cổ phần mà gia tộc Rothschild

đang *sở* hữu trong công ty s. M. von Rothschild rất lớn, chí ít cũng phải đến 5 triệu bảng Anh. Có thể xem đây là mức tiền chuộc lớn nhất trong lịch sử loài người.

Nhưng gia tộc Rothschild hoàn toàn không hề vội vã với việc chuộc người, vì họ đã sớm có sự chuẩn bị.

Cách đấy hai năm, gia tộc Rothschild đã dự tính đến khả năng Đức quốc xá sẽ thôn tính nước Áo, vì vậy mà họ đã sớm chuyển toàn bộ cổ phần của công ty s. M von Rothschild sang tên một công ty của Anh. Công việc ấy đã được tiến hành hết sức bí mật, đến cả lực lượng tình báo của Hitler cũng không biết được.

Công ty s. M. von Rothschild đã trở thành một công ty Anh quốc, nằm dưới sự bảo hộ của nước Anh, căn cứ theo luật pháp quốc tế, cho dù Đức đã thôn tính được Áo, họ vẫn không có quyền được đụng đến tài sản của Anh.

Chính quyền Đức quốc xã cứ nghĩ rằng, một khi đã thôn tính được Áo, họ sẽ nắm được toàn bộ xí nghiệp trên đất nước này. Hơn nữa, trong tay họ còn đang nắm giữ được một nhân vật hết sức quan trọng của gia tộc Rothschild, ưu thế rõ ràng đã nằm gọn trong tay. Nhưng họ không ngờ gia tộc Rothschild lại dám ngang nhiên đề xuất yêu cầu đàm phán.

Không lo phải chịu tổn thất quá nhiều tài sản, gia tộc Rothschild đã thẳng thắn đưa ra những yêu cầu cứng rắn trong điều kiện trao đổi giữa đôi hên: sau khi nam tước được phóng thích một cách an toàn, họ có thể chuyển nhượng quyền quản lý công ty s. M. von Rothschild cho chính quyền Đức quốc xã với giá 2 triệu bảng Anh.

Quá bẽ mặt, Hitler quyết định lấy tính mạng nam tước Louis ra uy hiếp gia tộc Rothschild, nhưng không thê khiến cho những thành viên còn lại trong gia đình run sợ nao núng. Đàm phán giữa đôi bên vẫn tiếp tục tiến hành. Đến khi Đức quốc xã đã thôn tính được cả Tiệp Khắc, và chiếm luôn cả s. M. von Rothschild, Hitler mới biết

công ty s. M. von Rothschild đã trở thành một công ty thuộc chủ quyền của nước Anh, được sự bảo hộ của chính phủ Anh. Dưới sự ràng buộc của luật pháp quốc tế, Hitler không biết phải hành động thế nào. Cuối cùng, ông ta đành chấp nhận ký kết một thỏa thuận dựa trên các điều kiện cơ bản do gia tộc Rothschild đề xuất. Có điều, thỏa thuận ấy đã không được thực hiện do sự bùng nổ của chiến tranh thế giới thứ II.

Đối mặt với một thế lực hung bạo như Đức quốc xã và Hitler, đối mặt với nguy cơ mất cả tài sản lẫn tính mạng, nhưng gia tộc Rothschild vẫn hết sức ung dung,

bình tĩnh, khéo léo vận dụng cơ trí để đối phó, cuối cùng giành được thắng lợi. Một gia tộc phải sống trong thời kỳ binh lửa kinh hoàng mà vẫn có thể ung dung tự tại, biến nguy thành an, thật sự là một điển hình cho tinh thần không khuất phục trước nghịch cảnh của dân tộc Do Thái.

Joseph Hesyrah: từ bần cùng trở thành gã khổng lồ trong thị trường cổ phiếu

Tháng 5 năm 1908, một trận hỏa hoạn khủng khiếp đã biến Joseph Hesyrah thành một cậu bé ăn mày.

Cậu cùng mẹ tìm đến New York. Cảnh tượng của một thành phố rộng lớn, của những tòa nhà chọc trời khiến cho cậu bé nhà quê tròn mắt kinh ngạc, vẫn chưa kịp ngắm thỏa thích thế giới hoa lệ ấy thì cậu bé Joseph đã bị mẹ kéo đến một thế giới khác, đó là một khu ổ chuột dơ bẩn, phức tạp nằm trong khu Brooklyn của thành phố New York.

Cái danh xưng “Thằng quỷ nghèo đói” đã làm tổn thương lòng tự tôn của Joseph; không có tiền, mãi mãi sẽ bị người khác khinh bĩ. Nên cậu muốn có thật nhiều tiền.

Năm 1911, thời tiết ấm áp của mùa xuân như đang sưởi ấm lại thị trường giao dịch chứng khoán New York ở khu phố Manhattan. Cậu học sinh lớp 5 Joseph cũng đang chạy tới chạy lui như một con thoi ở khu vực đó. Cậu nhìn ngắm, nghe ngóng, và suy nghĩ. Không một xu dính túi, chớp mắt có thể trở thành triệu phú... mạch máu trong người cậu bé bắt đầu nóng lên: "Đây chính là thiên đường của mình, mình nhất định phải là một phần ở đây!".

Ba năm sau, chỉ mới bước sang tuổi 14, Joseph đã quyết tâm tiến công vào thị trường chứng khoán New York. Tuổi trẻ lại thiếu kiến thức chuyên môn, Joseph không hiểu tại sao chiến tranh thế giới thứ nhất vừa bùng nổ, thị trường chứng khoán New York lại rơi vào cảnh tiêu điều vắng lặng, không còn cảnh tượng tưng bừng, náo nhiệt như những ngày trước.

Joseph đành phải tìm một công việc mới có liên quan đến cổ phiếu. Cuối cùng, sau hơn 6 tháng làm việc tại công ty đĩa hát Emerson, Joseph lấy hết can đảm, tiến đến gõ cửa văn phòng làm việc của tổng giám đốc, bình tĩnh nhìn thẳng vào mắt tổng giám đốc và nói:

"Tôi muốn làm người môi giới cổ phiếu cho ngài!"

Can đảm là điều kiện đầu tiên cần có trong hoạt động kinh doanh cổ phiếu. Lòng can đảm của Joseph đã chinh phục được vị tổng giám đốc. Hai tuần sau, Joseph bắt đầu vẽ biểu đồ về tình hình cổ phiếu cho công ty.

Ngày càng thuần thục, Joseph đã làm việc cho công ty được 3 năm. Để kiếm thêm ít tiền phụ giúp gia đình, ông lại xin được công việc tương tự tại Công ty Lawrence. Qua một thời gian dài tiếp xúc và chuyên tâm nghiên cứu, ông học hỏi được rất nhiều kinh nghiệm. Vị "khán giả" của thị trường cổ phiếu cuối cùng đã bước chân vào vũ đài của thị trường cổ phiếu.

Năm 1917, Joseph được 17 tuổi và không còn phải chịu sự sai khiến của một ông chủ nào nữa. Tuy chỉ có trong tay 255 đô la, nhưng Joseph vẫn quyết định tạo dựng sự nghiệp cho mình.

Không đến một năm, hoạt động kinh doanh cổ phiếu của Joseph đã diễn ra hết sức thuận lợi, số vốn bấy giờ đã tăng lên 168 ngàn đô la. Không may sau đó do đầu tư sai lầm đã khiến ông bị tổn thất nặng nề, chỉ còn giữ lại trong túi 4 ngàn đô la.

Năm 1924, ông phát hiện một số cổ phiếu chưa được đưa vào mua bán *ở sở*giao dịch chứng khoán, trên thực tế lại là một đối tượng rất đáng chú ý. Lợi nhuận của những cổ phiếu này tuy không cao, nhưng tính nguy hiểm lại thấp. Vì vậy, ông đã quyết định tập trung đầu tư vào những cổ phiếu này. Ban đầu, do không có nhiều vốn, ông quyết định hợp tác làm ăn với một số người khác. Không đầy một năm sau, ông đã có thể thành lập công ty chứng khoán của riêng mình. Đến năm 1928, ông đã trở thành một người môi giới cổ phiếu có tiếng, thu nhập mỗi tháng đạt tới con số 280 ngàn đô la. Năm đó, ông chỉ mới 28 tuổi. Trong lĩnh vực tiền tệ đương thời, một "cậu nhóc" xuất thân bần hàn lại có được một vị thế vững chắc như Joseph quả là hiếm thấy.

Từ năm 1933 đến năm 1953, trong khoảng thời gian 30 năm ấy, Joseph đã lần lượt thôn tính các ngành khai thác khoáng sản từ vàng, thép, đồng cho đến dầu mỏ. Ngoài ra, công việc kinh doanh bất động sản của ông cũng hết sức phát đạt. Cơ nghiệp của ông ngày càng vững vàng, thu được những thành tựu huy hoàng, rực rỡ.

Dựa vào tư chất thiên phú và nỗ lực không ngừng, Joseph đã thoát ra được cảnh bần cùng, trở thành một tỉ phú được mọi người biết đến.

Từ thân phận của một kẻ ăn xin đói rách, trở thành một tỉ phú lắm bạc nhiều tiền, Joseph không bao giờ quên

được những người bạn đã cùng chung hoạn nạn, càng không thể quên được người mẹ đã phải gánh chịu quá nhiều đắng cay khổ cực.

Ông không bao giờ quên những tháng ngày cơ cực nghèo đói của mình. Ông góp tiền cho trường học, giúp trẻ em trong những gia đình nghèo túng có được cơ hội học tập; ông quyên tiền xây dựng bệnh viện cho người mù, xây dựng các cô nhi viện, giúp những người tàn tật và trẻ em không nơi nương tựa có được một cuộc sống hạnh phúc hơn, ấm áp tình người hơn.

Sự nghiệp của ông không chỉ là kiếm tiền, không chỉ là đầu cơ cổ phiếu. Ông khẳng khái, rộng rãi nhưng lại hết sức lặng lẽ trong việc từ thiện; ông yêu thích nghệ thuật và đặc biệt quan tâm đến những tài năng nghệ thuật. Chơi cổ phiếu, kiếm tiền, chỉ là cơ sở cho ông thực hiện những giá trị nhân sinh của mình.

Từ bần cùng trở nên giàu có, từ ăn xin trở thành tĩ phú, qua câu chuyện “truyền kỳ” đầy xúc động của Joseph, chúng ta không khó nhận ra, con đường đi đến thành công luôn nằm dưới chân mỗi người. Chỉ cần bạn kiên trì theo đuổi, biết nắm bắt cơ hội, vân dụng đúng tri thức và có lòng dũng cảm, thành công chắc chắn sẽ đến với bạn.

Henry Petersen: lịch sử lập nghiệp đầy cay đắng

Trong thị trường kim cương thế giới, người Do Thái chiếm vị trí thống trị tuyệt đối, mà Henry Petersen chính là người đứng đầu trong những nhà “thống trị” đó.

Năm 1908, Henry Petersen sinh ra trong một gia đình Do Thái chính thống ở thủ đô Luân Đôn của Anh. Ông mất cha từ nhỏ, gánh nặng gia đình vì thế đổ dồn lên đôi vai của người mẹ. Để mưu sinh, mẹ của Henry quyết định di cư đến New York. Năm ông 14 tuổi, mẹ ông đã ngã bệnh do lao lực quá độ, Henry đành phải bỏ dở việc học, dành hết thời gian cho việc kiếm tiền.

16 tuổi, Henry xin vào học việc *ở* một cửa hiệu vàng bạc đá quý. Ông chủ cửa hiệu là một người Do Thái tên là Casshern, một trong những thợ gia công vàng bạc đá quý điêu luyện nhất thành phố New York. Nhưng Casshern là một người chẳng coi ai ra gì, đối với học trò lại càng cực kỳ nghiêm khắc, có lúc còn đối xử hết sức hung bạo.

Vào học ngày đầu tiên, Casshern bắt ông tập đục đá. Một khối đá lớn bằng nắm tay, phải dùng đục và búa, đục thành 10 viên đá nhỏ có kích thước và hình dạng giống nhau. Nếu không làm xong, sẽ không được ăn cơm.

5 tháng trôi qua, so với khi mới đến cửa hiệu, Henry dường như đã trở thành một con người mới hoàn toàn. Ông đã có thể hoàn thành rất tốt những công việc mà Casshern giao cho, nghị lực ngoan cường của ông đã được đáp lại bằng những lời khen tặng của ông chủ tài năng mà khó tính. Trong lúc mọi việc đang diễn ra hết sức thuận lợi, số phận lại muốn thử thách ông.

Một sự hiểu lầm đáng tiếc đã xảy ra giữa Casshern và Henry, khiến cho tình nghĩa thầy trò trở nên nguội lạnh. Cuối cùng, Henry đành phải rời khỏi cửa hiệu vàng bạc đá quý của Casshern. Những tháng ngày học việc cũng kết thúc từ đấy.

Rồi ông nghĩ ra cách tiếp thị tay nghề của mình. Ông ghi lại tên của những người có khả năng mua sắm trang sức vào một cuốn sổ nhỏ, sau đó lần lượt viết thư giới thiệu tay nghề của mình cho những người này, đồng thời nói rõ thời gian nào sẽ đến tận nhà phục vụ. Thư được gởi đi, rồi ông cứ theo lịch trình đã ghi lại trong sổ mà tìm đến từng nhà.

Hôm sau, ông đã có một vụ làm ăn đầu tiên. Một quý phu nhân có một chiếc nhẫn gắn kim cương nặng 2 cara đã hơi bị long ra, yêu cầu siết chặt lại. Trước khi trao chiếc nhẫn cho Henry, bà còn trịnh trọng hỏi ông đã học nghề với ai. Khi được biết ông là học trò của Casshern, bà liền yên tâm giao chiếc nhẫn cho Henry. Đôi với

Henry, đây là một phát hiện quan trọng: không ngờ danh tiếng của thầy Casshem lại có trọng lượng đối với những quý bà lắm bạc nhiều tiền đến như vậy. Ông lập tức nghĩ đến chuyện mượn danh tiếng của thầy để làm ăn.

Nhưng vận may không đến được lâu, do bị ganh tị nên Henry không được tiếp tục mướn căn phòng hiện đang *ở* nữa, nguy cơ thất nghiệp lại treo lơ lửng trên đầu.

Không còn cách nào khác, Henry phải đi tìm một căn phòng mới. Ông đọc được một mẫu quảng cáo trên báo: một người bán đồng hồ đeo tay vì thuê phòng quá mắc, muốn tìm một người bạn cùng thuê chung. Henry chạy vạy khắp nơi, may sao mượn được đủ tiền để trả tiền phòng, ông bắt đầu mở cửa tiệm, tiếp tục công việc của mình.

Nhưng vận mệnh đen đủi vẫn chưa muốn rời bỏ ông, cuộc khủng hoảng kinh tế vẫn tiếp diễn, hàng loạt xí nghiệp phải đóng cửa, anh chàng bán đồng hồ đeo tay kia cũng không cầm cự nổi nên đã bỏ đi. Tiền phòng tăng lên gấp đôi khiến ông phải làm việc từ 6 giờ 30 sáng cho đến 2 giờ sáng hôm sau. Tinh thần và ý chí lao động cần cù của ông đã được đền đáp, tay nghề của ông ngày càng nâng cao đáng kể.

Mùa thu năm 1935, một bước ngoặt trọng đại trong quá trình lập nghiệp của Henry đã đến. Một buổi trưa nọ, một người lạ mặt đến gõ cửa hiệu của ông. Người đó không ai khác hơn là Messinger - một nhà kinh doanh nữ trang danh tiếng lừng lẫy vào thời bấy giờ. Messinger muốn đặt hàng gia công dài hạn cho mạng lưới tiêu thụ của ông *ở* thị trường New York. Đó thực sự là một cơ hội cho ông phát huy trí tuệ và kỹ thuật của mình.

Henry trở thành nơi đặt hàng độc quyền cho các cửa hàng kinh doanh vàng bạc đá quý của Messinger. Từ đó, Henry đã có một nguồn thu nhập ổn định, ít nhất mỗi tuân cũng thu vào được 30 đô la. Vào thời đó, một người theo nghề gia công nữ trang mà

có mức thu nhập 30 đô la một tuần là rất ít. Cũng nhờ công việc ổn định ấy, danh tiếng và tay nghề của Henry cũng nhận được sự đánh giá cao của tầng lớp thượng lưu, số người tìm đến đặt hàng ngày một nhiều hơn.

Rồi "Công ty nhẫn cưới Đặc sắc" được thành lập. Nhưng việc sản xuất nhẫn cưới đã có từ lâu đời, muốn tìm được một chỗ đứng, thu hút được khách hàng, nhất định phải tìm ra một phương thức kinh doanh độc đáo của riêng mình.

Năm 1948, ông phát minh ra một phương pháp nạm nhẫn cưới mới. Phương pháp nạm nhẫn cưới truyền thống là dùng vàng bọc đá quý lại. Bằng cách đó, một nửa bề mặt của viên đá quý sẽ bị che kín. Nói cách khác, sau khi được đính lên các vật trang sức khác, một viên đá quý ít nhất cũng bị mất đi 1/3 thể tích. Đó là biện pháp duy nhất để bảo đảm cho viên đá quý không bị rơi mất trong quá trình sử dụng. Henry đã đưa ra phương pháp gắn kết mới - "phương pháp khóa bên trong". Bằng cách này, viên đá quý có thể nổi lên trên bề mặt đến 90% mà vẫn đảm bảo được độ gắn kết bền chặt. Phát minh này nhanh chóng được cấp bản quyền sáng chế, các doanh nghiệp kinh doanh vàng bạc đá quý tranh nhau mua lại bản quyền. Henry không tốn một đồng vốn mà vẫn kiếm được rất nhiều tiền.

Bằng những thiết kế độc đáo cùng những cống hiến giá trị cho ngành gia công vàng bạc đá quý, sự nghiệp và danh tiếng của Henry cũng ngày một rực rỡ, quy mô sản xuất không ngừng mở rộng, số lượng nhân viên ngày một nhiều hơn. Sau những năm tháng đấu tranh với gian nan khổ cực, Henry Petersen cuối cùng cũng đã có thể hiên ngang đứng trên thị trường vàng bạc thế giới, trở thành "ông vua kim cương" một thời.

Hài hước là liều thuốc không thể thiếu của thương nhân Do Thái

Trong mắt của thương nhân Do Thái, hài hước là đặc quyền chỉ có trong tay của những kẻ mạnh. Vì vậy, họ rất xem trọng hài hước.

Thương nhân Do Thái thường nói: “Cười là liều thuốc tốt nhất trong trăm thứ thuốc”.

Mặc dù phải nếm đủ mùi vị đắng cay trong suốt lịch sử lưu tán của dân tộc, nhưng người Do Thái vẫn luôn giữ được niềm tin kiên định đối với cuộc sống. Nếu không, dân tộc ấy đã không thể khôi phục trở lại sau bao thế kỷ chịu sự bức hại và kỳ thị tàn bạo. Trên thực tế, chính cuộc sống gian nan, khổ cực đã tạo nên tinh thần lạc quan, kiên định của người Do Thái.

Lạc quan và tiếng cười là liều thuốc bổ không thể thiếu trong đời sống của người Do Thái, giúp họ luôn luôn duy trì được một tâm hồn an nhiên, tự tại. Đối với người Do Thái, áp lực cuộc sống quá lớn, không thể dùng nước mắt và những tiếng than vãn để hóa giải nó. Tiếng cười của người Do Thái không chỉ bật lên trong những lúc vui sướng, mà nó còn là biểu hiện cho tinh thần ngoan cường và sức mạnh phản kháng đối với cuộc sống đầy hiểm nguy và chua xót của dân tộc mình. Có thể nói, trong sự hài hước của người Do Thái, ẩn chứa một trí tuệ độc nhất vô nhị. Nó không chỉ là một lời chỉ trích chua cay đối với cuộc sống, mà còn là một biện pháp hữu hiệu giúp họ giảm nhẹ khổ đau, loại bỏ căng thẳng, giúp tâm hồn thư thái.

Rất nhiều truyền thuyết và chuyện dân gian Do Thái là những tiếng cười hài hước ẩn trong những bi kịch sâu sắc. Dân ca Do Thái cũng chứa đầy những giai điệu bi thương, nhưng sự bi thương ấy cũng không phải tuyệt vọng hay tự than tự oán. Dân tộc Do Thái luôn giữ cho mình sự tự tại, biến đau khổ thành một giá trị cao quý trong niềm tin kiên định.

Trong tính cách của người Do Thái, "hài hước" và dũng khí đối mặt với nghịch cảnh có mối quan hệ vô cùng mật thiết.

Người Do Thái cho rằng, chỉ có những người mạnh mẽ, không biết khuất phục, mới có thể thoát khỏi hoàn cảnh nguy khốn đang trói buộc mình, đứng trên lập trường khách quan để nhìn lại chính mình, thông qua hài hước để điều tiết những khó khăn mà mình đang phải đối mặt. Trong cách nhìn của người Do Thái, hài hước vừa tượng trưng cho tính bền bỉ, vừa tượng trưng cho lòng can đảm của những con người mạnh mẽ.

Người Do Thái xem hài hước là một món ăn tinh thần quan trọng. Trong ngôn ngữ Hebrew, trí tuệ được gọi là hefuma, mà hài hước cũng được gọi là hefuma. Hài hước chính là trí tuệ sinh tồn của người Do Thái, là phương thức biến khổ đau thành vui vẻ trong những năm trường đối diện cùng nghịch cảnh của dân tộc.

Có lẽ bạn đã từng nghe nói: khi một ông chủ ngân hàng lớn người Do Thái "ho hắng" một tiếng, toàn bộ các ngân hàng trên thế giới sẽ bị "cảm cúm" ngay; hay việc năm tập đoàn tài chính lớn của người Do Thái liên hợp lại có thể khống chế toàn bộ thị trường vàng thế giới.

Không phải vô cớ mà người Do Thái được ca tụng như vậy. Hơn 2000 năm sống phiêu bạt khắp nơi, bị xua đuổi và chà đạp, người Do Thái đã tích lũy cho mình rất nhiều hiểu biết về thương trường. Đó chính là viên đá đầu tiên đặt nền tảng cho những thành công rực rỡ sau này của họ.

Dân tộc Do Thái nổi tiếng thế giới với tài kinh doanh độc đáo. Họ luôn giữ chữ tín và đề cao trí tuệ kinh doanh, luôn tuân thủ pháp luật, nhưng lại có bản lĩnh lách luật vô cùng thông thái. Tất cả được hệ thống hóa thành bí quyết đưa người Do Thái trở thành "thương nhân số một thế giới".